

**CARACTERIZACIÓN DEL USO DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM EN  
ESTUDIANTES DEL LICEO MIXTO SAN JOSÉ (SOLEDAD-ATLÁNTICO)**



**Jorge Mario Caicedo Lucas**

**Nestor Salon Blanco**

**Universidad de la costa CUC**

**Facultad de Humanidades**

**Programa de Comunicación Social y Medios Digitales**

**2021**

**CARACTERIZACIÓN DEL USO DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM EN  
ESTUDIANTES DEL LICEO MIXTO SAN JOSÉ (SOLEDAD-ATLÁNTICO)**

**Jorge Caicedo**

**Nestor Salon**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de Profesional en  
Comunicación Social y Medios Digitales**

**Tutor del proyecto**

**Zulma Ortiz Záccaro**

**Co – Tutor**

**Margarita Quintero**

**Universidad de la costa CUC**

**Facultad de Humanidades**

**Programa de Comunicación Social y Medios Digitales**

**2021**

### **Agradecimientos**

Primero queremos dar gracias a Dios por darnos la sabiduría para poder afrontar todos los retos que adquirimos desde el primer momento que ingresamos a la academia superior, y así ir creciendo a nivel personal y profesional.

A nuestras familias por ser ese pilar importante en nuestras vidas y motivarnos día a día para alcanzar nuestros objetivos y cumplir con nuestros sueños.

A la Universidad de la Costa CUC por brindarnos las herramientas necesarias para desempeñarnos en nuestro camino académico, con excelentes profesores que nos aportaron gran conocimiento y sabiduría.

A nuestra tutora Zulma Ortiz, por su calidez humana, profesionalismo, entrega y apoyo desde el primer instante.

A todas las personas que estuvieron apoyándonos, brindando su amistad y voz de aliento durante todo este camino.

**Jorge Caicedo & Nestor Salon -**

### **Resumen**

El presente estudio que se realizó en el Colegio Liceo Mixto San José de Soledad, Atlántico (Colombia), tuvo como propósito caracterizar el uso de la red social Instagram en sus estudiantes de once grado, a partir de la identificación la manera cómo los jóvenes usan esta plataforma digital, además de conocer las competencias mediáticas que poseen y la percepción que tienen sobre Instagram. Desde el punto de vista teórico se sustentó en autores como Scolari (2008) respecto a las hipermediaciones; Katz, Blumler y Gurevitch en torno a la teoría de usos y gratificaciones; Ferrés y Piscitelli (2012) para las competencias mediáticas. Este estudio de carácter cualitativo (Martínez, 2006), permitió conocer el sentido y las significaciones sociales de los estudiantes en el contexto de uso de la red social Instagram. La unidad de análisis estuvo conformada por estudiantes de bachillerato y fueron seleccionados 10 de once grado para aplicar la técnica del grupo focal (Escobar y Bonilla, 2011), a fin de conocer sus opiniones respecto a su percepción y uso de esta red social, la técnica se aplicó mediante una videollamada grupal en Google Meet y como resultado se pudo evidenciar que existe un patrón de uso enfocado en consumir contenido de entretenimiento en esta plataforma, además, se destacaron las funcionalidades como las historias (stories) y el buscador para la difusión y consumo de contenido.

*Palabras clave:* uso de redes sociales, Instagram, jóvenes, contenido en redes

### **Abstract**

The present study that was carried out at the Colegio Liceo Mixto San José de Soledad, Atlántico (Colombia), had the purpose of characterizing the use of the social network Instagram in its eleventh-grade students, from the identification of the way in which young people use this digital platform, in addition to knowing the media skills they have and the perception they have about Instagram. From the theoretical point of view, it was based on authors such as Scolari (2008) regarding hypermediations; Katz, Blumler and Gurevitch regarding the theory of uses and gratifications; Ferrés and Piscitelli (2012) for media skills. This qualitative study (Martínez, 2006), allowed to know the meaning and social meanings of the students in the context of using the social network Instagram. The unit of analysis was made up of high school students and 10 out of eleven grades were selected to apply the focus group technique (Escobar and Bonilla, 2011), in order to know their opinions regarding their perception and use of this social network, the technique was applied through a group video call on Google Meet and as a result it was possible to show that there is a pattern of use focused on consuming entertainment content on this platform, in addition, functionalities such as stories and the search engine for dissemination were highlighted and content consumption.

*Keywords:* use of social networks, Instagram, young people, content in networks

**Contenido**

Lista de Tablas .....	8
Introducción .....	9
Capítulo 1: Aproximación al problema .....	11
Descripción del tema.....	11
Propósitos .....	15
General:.....	15
Específicos: .....	16
Justificación: .....	16
Delimitación de la Investigación .....	20
Capítulo 2: Marco referencial .....	21
Estudios previos .....	21
Orientaciones teóricas .....	31
Marco conceptual.....	39
Revisión Legal .....	40
Sistematización de categorías .....	43
Capítulo 3: Orientación metodológica.....	46
Naturaleza de la Investigación.....	46
Unidad de análisis .....	48

Unidad de Observación .....	48
Técnicas e instrumentos para la recolección y procesamiento de datos .....	48
Descripción del proceso .....	49
Capítulo 4: Análisis de resultados .....	51
Presentación y análisis de resultados .....	51
Discusión de resultados .....	64
Conclusiones .....	67
Recomendaciones .....	69
Referencias .....	70
Anexos .....	77

**Listado de Tablas****Tablas**

Tabla 1. Sistematización de categorías .....	45
--	----



### **Introducción**

La presente investigación surge con la necesidad de conocer el uso que los estudiantes de once grado del Liceo Mixto San José (Soledad, Atlántico), hacen de la red social Instagram, además de poder identificar las competencias mediáticas que estos jóvenes poseen a la hora de discriminar el contenido que se comparte y consume en esta plataforma digital, y de la misma manera conocer cuál es la percepción que estos tienen sobre la red social en cuestión.

Además, se pudieron identificar las diversas dinámicas presentes en esta aplicación de carácter social, enfocada a compartir y consumir contenido audiovisual con personas o “seguidores” afines a cada usuario. El estudio realizado es de carácter cualitativo y la técnica usada fue la del grupo focal (Escobar y Bonilla, 2011), acompañada de un temario que fue el instrumento utilizado para poder llevar a cabo la recopilación de datos.

Para contextualizar, el entorno digital y su impacto en la sociedad contemporánea, cada uno de los autores y trabajos citados aportarán sentido a la sustentación de este estudio, ya que este se basa en autores como Katz, Blumler y Gurevitch (citados en Martínez, 2010) con la Teoría de usos y gratificaciones; Scolari (2008) con las Hipermediaciones; así como Ferrés y Piscitelli (2012) con la competencia mediática. Los cuales se agrupan en las categorías de análisis en las cuales se centró la investigación, que corresponden respectivamente al uso, percepción y las competencias mediáticas.

El propósito general de este estudio se refiere a la caracterización del uso de la red social Instagram en los estudiantes del Liceo Mixto San José, del cual se desglosan tres propósitos específicos vinculados con la identificación de los tipos de contenido, funciones, frecuencia e intencionalidad con la que los estudiantes usan Instagram, su percepción respecto su uso y las

competencias mediáticas que éstos poseen para la producción y consumo de contenido en la red social Instagram.

En el capítulo uno se realiza una descripción del tema de la investigación, además de una aproximación al problema a tratar, en el cual se evidencia cómo el impacto de la tecnología ha cambiado las dinámicas sociales. Asimismo, en el segundo capítulo se presentan aquellos estudios previos en relación con esta investigación y el marco teórico en el que se sustenta este estudio. En el capítulo tres se encuentra todo lo referente a la metodología utilizada en este trabajo investigativo, para finalizar en el capítulo cuatro donde se exponen los resultados y conclusiones del mismo.

## Capítulo 1: Aproximación al problema

### Descripción del tema

Desde hace 20 años atrás, se han creado unas dinámicas totalmente distintas de lo que se acostumbraba a ver en internet, donde las plataformas digitales, más precisamente “Redes sociales” han tenido un rol protagónico en la historia de la web.

Según plantea Mejía (2020) desde enero del 2020 se han registrado a nivel mundial, entre Facebook, Instagram y Twitter un total de 3.789.000 usuarios activos, aumentando de manera exponencial cada mes, siendo los usuarios más activos personas entre los 13 y 18 años. Esta cifra genera un interrogante: ¿realmente todos los países del mundo están alfabetizando a sus ciudadanos en materia de plataformas digitales y sus usos apropiados, específicamente a la población juvenil que es la más activa?

En este orden de ideas, Fonseca (2015), señala que estos avances tecnológicos han redefinido la comunicación mediada por un computador y la socialización humana a nivel mundial. Por lo cual, entre el 2010 al 2015, han proliferado los estudios sobre la temática con perspectivas interdisciplinarias que van desde la psicología, la antropología, la sociología, la comunicación, la publicidad y el marketing. Los países líderes en la temática son Estados Unidos con estudios como *Social networks in youth and adolescence* (Cotterell, 2007) y *Online social networks and learning* (Greenhow, 2011).

Asimismo, en España también se destacan estudios como, *Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales* (Bernal y Ángulo, 2013); *Internet, redes sociales y adolescencia: un estudio en centros de educación secundaria de la región de Murcia* (Pagán, F. J. B., Martínez, J. L., Máiquez, M. C. C., & Ayala, E. S., 2016), entre otros.

En el caso de los estudios de origen latinoamericano el volumen de producción es inferior a los que se presentan en los países ya mencionados, sin embargo, cabe destacar que algunos países latinos como Argentina le han apostado a este tipo de investigaciones, donde tenemos: Redes personales digitales y contexto escolar: Estudio en un grupo de adolescentes de Mendoza (Argentina) (Paredes, Aguirre, Vitaliti, Strafile, Jara & Sottile, 2015).

Lo mencionado anteriormente deja claro que es importante seguir apostando por estudios de este tipo en países latinoamericanos, ya que, si bien existen cierta cantidad, en comparación con otros países del mundo, aún falta camino por recorrer respecto a la variedad y cantidad de investigaciones con el mismo enfoque. Al lograr esto, podremos conocer de mejor manera cómo se caracterizan los ciudadanos digitales latinos y sus dinámicas de interacción en el ámbito digital

Según la compañía de investigación de marketing en Internet Comscore (2011):

En junio de 2011, 114,5 millones de personas en América Latina visitaron un sitio de red social, representando un 96% de la población online total de la región. Las redes sociales en América Latina no sólo tienen gran presencia, sino que también están creciendo, su audiencia escaló 16% en el último año. (párr. 03)

Los latinoamericanos tienen alta afinidad con las redes sociales, la mitad de los principales 10 mercados mundiales en cuanto a tiempo consumido en redes sociales, se encuentran en dicho continente, donde Argentina lidera la región con 10 horas por mes en junio del 2011. Lo cual podemos interpretar que la comunidad digital en Latinoamérica ha crecido de manera exponencial y está en constante cambio.

Por otra parte, en palabras de Muñoz (2010) en Colombia existe una preocupación ya que, en los últimos años, se ha evidenciado el impacto de las ciberculturas juveniles, como su

estudio sostiene, se trata de entender la producción de las nuevas subjetividades y mundos de vida juveniles, a partir del uso y apropiación de internet, solo de esta manera podremos comprender los trazos de las mutaciones y cómo están afectando a los sujetos de la educación.

Del mismo modo López y Arcila (2016), a través de su investigación, analizaron las respuestas de 502 jóvenes entre los 16 a 28 años del caribe colombiano pertenecientes al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), en donde encontraron que el grado de adopción de los principales medios sociales es de 68 %, donde los más usados son Facebook con 69.4 %, Google+ con 57.6 %, Instagram con 45.6 % y Twitter con 42.6 %. Los datos también revelan que el uso principal que los usuarios hacen de los medios sociales es obtener información de noticias, seguido de conectarse con amigos, conectarse con familiares, buscar o reproducir música y videos. Quedando parcialmente claro que las redes sociales en el Caribe colombiano, en su mayoría, solo es usado para ocio y entretenimiento.

Ciertamente los avances tecnológicos han permitido que las personas a través de las redes sociales puedan estar más conectadas, además estas nos ofrecen un sinfín de beneficios tales como surgimiento de nuevos emprendimientos, comunicación directa y rápida con las comunidades digitales, eventos de alto alcance con grabación inmediata, gestión y visibilidad de marca personal, portafolios visuales profesionales, entre otros. Todo lo anterior se puede lograr si se usan de una manera adecuada, sin embargo, en la actualidad podemos percibir que se carece de este buen uso y más en la población juvenil, la cual es la que más utiliza estas herramientas digitales, ya que su uso en ocasiones se centra para el ocio.

Ahora bien, “el avance de las tecnologías y la facilidad de creación y de compartir en una sociedad hiperconectada en red ha cambiado el modelo de consumo mediático y, por tanto, también el de las interacciones con los contenidos” (Abellán y Zamora, 2016, p. 8). De esta

manera, los jóvenes actualmente les dan un uso personalizado a las redes sociales o las diversas plataformas en los que desarrollen su interacción con sus semejantes, provocando que los contenidos sean diversos en las redes sociales usadas por los estudiantes con mayor frecuencia, generando variedad de usos y contenido.

Un elemento que también puede tenerse en cuenta a la hora de analizar el discurso de las personas en las redes, son sus prácticas sociales en el mundo físico y, cómo estas trascienden hasta llegar al ciberespacio, de cierta manera a través de esta nueva forma de comunicar, las personas replican su cultura, dinámicas sociales y pensamientos en las plataformas digitales, es aquí donde podemos identificar que este elemento social hace efecto en los contenidos producidos y compartidos por los usuarios.

Lo planteado anteriormente, trae efectos en la población como la réplica de los contenidos digitales que circulan en las redes sociales y la poca veracidad que se ofrece en estos. Esto puede evidenciarse en la proliferación de noticias que circulan en el entramado digital, las cuales son replicadas o compartidas constantemente, y que en algunos casos no son de una fuente confiable, generando una desinformación en la comunidad digital o usuarios de las redes sociales. Asimismo, se pueden mencionar los challenge o retos que abundan en estas plataformas digitales y cómo estos se replican una vez visto en el ciberespacio, los cuales se convierten rápidamente en tendencias para los jóvenes, generando una cadena de contenidos solo por tendencia.

Las homogeneizaciones de los contenidos hacen que la mayoría de las cosas que se postean en las redes sociales sean efímeras (Instagram en este caso), no se genera una relevancia y los usuarios mayormente comparten o consumen contenidos que en ocasiones no aportan mucho, ya que no se crean contenidos de valor, que según Maram (2019) este debe inspirar,

entretener y ser útil para los usuarios; de cierta manera también se puede transmitir conocimientos al generar valor con los post que se dan en Instagram, ya sean videos o fotografías y no centrar el uso de esta red social solamente para el ocio o el entretenimiento, lo importante aquí es que el contenido que se comparta o se consuma aporte algo constructivo para la comunidad digital.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, este trabajo investigativo se planteó resolver ¿De qué manera utilizan la red social Instagram los estudiantes del Liceo Mixto San José ubicado en Soledad-Atlántico?

De la cual se desprenden algunas preguntas auxiliares:

¿Cuáles son los tipos de contenido, funciones e intencionalidad con la que los estudiantes de once grado del Liceo mixto San José (Soledad – Atlántico), utilizan la red social Instagram?

¿Qué percepción tienen los jóvenes de once grado del colegio Liceo Mixto San José sobre el uso de Instagram?

¿Cuáles son las competencias mediáticas que poseen los jóvenes de once grado del colegio Liceo Mixto San José para la producción y consumo de contenido en la red social Instagram?

## **Propósitos**

### **General**

Caracterizar el uso de la red social Instagram en estudiantes del Liceo Mixto San José (Soledad-Atlántico).

**Específicos**

- Identificar los tipos de contenido, funciones, frecuencia e intencionalidad con la que los estudiantes de once grado del Liceo mixto San José (Soledad – Atlántico), utilizan la red social Instagram.
- Explorar la percepción de los jóvenes de once grado del colegio Liceo Mixto San José sobre el uso de la red social Instagram.
- Identificar las competencias mediáticas que poseen los jóvenes de once grado del colegio Liceo Mixto San José para la producción y consumo de contenido en la red social Instagram.

**Justificación**

Partiendo de lo planteado anteriormente y la pregunta que surge de acuerdo al contexto de las redes sociales en la actualidad, se puede afirmar que este estudio es de gran relevancia social ya que permite realizar una caracterización del uso de Instagram, por parte de unos actores sociales los cuales interactúan en esta plataforma digital generando ciertas dinámicas de relacionamiento social y percepciones que pueden ser replicadas en dicho medio.

Además, teniendo en cuenta que “en Colombia un tercio del tiempo online es consumido en redes sociales (...) estas se ubicaron como la principal categoría de contenido en cuanto a participación de minutos en Colombia, con 32,1% del tiempo web consumido” (Fonseca, 2015, p. 149), siendo así de gran relevancia centrar la mirada en el uso que hacen los usuarios de la red social Instagram en el territorio nacional y de esta manera poder caracterizar la usabilidad y percepción que los jóvenes le dan y tienen de esta plataforma digital, además del contenido que comparten.



La presente investigación entrega un gran aporte desde el punto de vista tecnológico debido a que ciertamente Instagram ha cobrado más relevancia en los últimos años llegando a ser de alguna manera, una de las redes sociales más usada por jóvenes actualmente, lo cual evidencia la importancia de centrar la mirada en cómo se está utilizando esta red social y las herramientas o funciones que ofrece para la interacción en el mundo de la tecnología por parte de los usuarios.

Esta es una aplicación móvil en la que puedes seguir a tus amigos, celebridades y marcas preferidas. Además, de acuerdo a datos publicados en la web por Russo (2017), Instagram ofrece diversas funciones para los usuarios, las cuales son: editar y publicar fotografías, subir videos de corta o larga duración, Historias (que permite publicar una fotografía o video que estarán disponibles solo por 24 horas), Instagram Live, el cual permite que los usuarios puedan hacer transmisiones en vivo para sus seguidores; Boomerang, que lo podemos encontrar en la sección de las historias y permite grabar varias imágenes creando un bucle; y los álbumes, los cuales son agrupaciones de fotos o videos que se crean en una sola publicación.

Del mismo modo, de acuerdo a Instagram (2020), existen también otras funciones que proporciona esta red social, como los DM o mensajes directos, que te permiten enviar fotos, videos y mensajes a tus amigos/seguidores de forma privada, además de contar con un buscador, en el cual puedes encontrar usuarios o marcas de tu afinidad.

Por lo tanto, vemos que Instagram ofrece a sus usuarios muchas formas de usabilidad y de poder compartir contenido, además de ser una red social muy audiovisual generando más atracción por parte del público juvenil, y que según Morocho (2019), los adolescentes se sienten atraídos a usar Instagram por la libertad que estos tienen para poder desenvolverse y crear una identidad, además de la simpleza de la aplicación y el estar informados de lo que sucede con sus semejantes.

Asimismo, este estudio entrega un aporte educativo, ya que precisa los puntos fuertes que se debe tener en cuenta a la hora de utilizar y producir contenido en la red social Instagram. Los contenidos deben ser diversos y de buena calidad, para que así los usuarios desde los distintos enfoques que la utilicen puedan contar su historia, informar, entretener, trabajar y demás, sacándole siempre el mejor provecho a esta plataforma, lo cual se puede llevar a cabo implementando un buen uso de las misma. También es necesario destacar el ámbito comunicacional, ya que los mensajes transmitidos y la buena interacción en dicha red social a través de los comentarios, post y chats crean un ambiente comunicativo excepcional, donde todos participan y se apropian de esta plataforma digital y lo que se quiere transmitir llega de manera eficiente a los demás gracias a su instantaneidad.

Si bien el uso de las redes sociales varía de acuerdo a la perspectiva de cada usuario, es de suma importancia que los contenidos que estos producen y consumen, generen un valor agregado para ellos y para los demás usuarios que se encuentren en este entorno digital.

Como característica importante del uso de las redes sociales, puede destacarse que cualquier persona a través de su celular o PC con conexión a internet puede cambiar ciertas perspectivas de las demás a través de mensajes que de alguna manera aportan a la sociedad, un ejemplo de esto son los “influencers”, que descubrieron el poder de las redes sociales y saben que pueden ayudar con su opinión en cualquier ámbito de la sociedad, comunicándose a través de sus perfiles con sus seguidores a nivel mundial o local. En efecto, la apropiación y el buen uso que estos han hecho de la red social Instagram los ha llevado a tener una voz que es escuchada y apoyada por personas que comparten los mismos intereses, logrando así una buena comunicación entre todos y que el mensaje se transmita de excelente manera.

Según la herramienta Hootsuite (2020), de acuerdo a datos publicados en la web digital por Juan Carlos Mejía Llano, Instagram tiene más de 1.000 millones de usuarios activos en un mes, además, es la red social con mayor crecimiento y ha logrado duplicar el número de usuarios en solo dos años. Cabe resaltar que el rango entre 18 y 24 años es muy importante en esta red social, el cual el 14% de este rango representa a mujeres y el 16% a hombres, los cuales suman un total de 274,000,000 millones de usuarios. Colombia se encuentra posicionado en el puesto No. 17 en el Ranking de países con más usuarios de Instagram, sumando 12 millones de usuarios a esta red social.

Gracias a esta información podemos inferir que la red social Instagram es la más usada a nivel global, por lo tanto, es necesario enfocarnos en esta plataforma digital ya que gracias a las constantes actualizaciones y nuevas funciones que ha incorporado, se han desarrollado nuevas dinámicas a la hora del relacionamiento de los usuarios. Además, es importante destacar la presencia de población juvenil colombiana en esta plataforma digital, lo cual hace centrar más la mirada hacia los usuarios jóvenes de nuestro país.

Justamente el uso que cada persona tenga destinado para esta red social en específico ya depende de lo que esta quiera compartir en dicha plataforma, va más enfocado a los intereses y afinidades de cada usuario, pero lo importante aquí, es que los contenidos producidos y consumidos generen algo de valor tanto para el usuario como para la comunidad entera que usa esta red social.

Por otro lado, fue factible llevar a cabo esta investigación ya que caracterizar el uso de esta red social es un tema de gran importancia teniendo en cuenta el excesivo uso de Instagram en su mayoría por la población juvenil sin ninguna mediación y/o asesoría.

Asimismo, se contaron con recursos digitales como plataformas en línea que permitían hablar con los estudiantes en tiempo real, herramientas como un temario, grabadoras de voz digitales y demás para llevar a cabo esta investigación.

### **Delimitación de la Investigación**

**Espacial y Poblacional:** Colegio Liceo mixto San José (Municipio de Soledad, Atlántico). Veintidós (22) estudiantes de once grado durante el periodo académico 2020. El rango de edad de los estudiantes está entre los 15 a 18 años de ambos sexos, residentes en el barrio Los Cusules (Soledad- Atlántico) y sus alrededores.

**Temporal:** La investigación se desarrolló en el periodo comprendido entre mayo de 2019 y noviembre del 2020.

**Temática:** Este trabajo se enmarca en la línea de investigación denominada Tecnologías de la Información y la comunicación, específicamente en la sub-línea Software y entornos virtuales, porque se centra en la caracterización del uso de las TIC, específicamente la red social Instagram a través de diversos dispositivos móviles, en jóvenes entre 15 y 18 años. Las categorías de análisis se sustentan teóricamente en autores como Scolari (2008) y Ferrés & Piscitelli (2012).

## Capítulo 2: Marco referencial

### Estudios previos

A continuación, se presentan artículos científicos y proyectos de grado, entre otros estudios o publicaciones de carácter formal y profesional, que fueron usados como guía en la construcción del estado del arte del presente estudio, se tomaron en cuenta los datos recolectados de cada uno de estos casos para orientar su desarrollo. Cabe resaltar que las siguientes investigaciones están orientadas desde una perspectiva, nacional e internacional.

Ahora bien, en el contexto nacional se encuentra el artículo de Marulanda, Giraldo y López, denominado “Acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en el aprendizaje. El caso de los Jóvenes Preuniversitarios en Caldas, Colombia”, publicado en 2014, cuyo objetivo fue estudiar los usos y apropiaciones de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) por parte de los Jóvenes de último año de Bachillerato (preuniversitarios), en colegios públicos y privados de diversos municipios del Departamento de Caldas en Colombia.

Para la recolección de datos se utilizaron técnicas como: observación, análisis, síntesis y estudio descriptivo, exploratorio y correlacional. Este estudio aporta información a la comunidad académica para definir una línea base que permita potenciar la apropiación de las tecnologías en procesos de aprendizaje. Los resultados arrojados por el trabajo investigativo, nos muestra que el uso de las TIC en el ámbito educativo y en los jóvenes de los colegios de Caldas es muy bajo y que no se están aprovechando como se deben estas herramientas tecnológicas.

Gracias a este estudio se pudo evidenciar cómo los jóvenes no se les instruye de manera adecuada sobre el uso de las TIC y por ese motivo este estudio sirvió como base en esta

investigación sobre la red social Instagram y el uso que los jóvenes le dan a esta plataforma digital.

Otro aporte, en el contexto internacional, por Cabero y Marín (2014) “Posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios”, otro artículo científico que tuvo por objetivo conocer las percepciones que los alumnos tienen sobre el software social y el trabajo en grupo y colaborativo, cuáles son las herramientas de software social que emplean y si hay diferencias en función de la universidad de procedencia.

Para la recolección de datos se utilizó un cuestionario conformado por cuatro dimensiones, que dio como resultado que el alumnado está interesado en el empleo del trabajo en grupo como metodología de aula, así como su escaso conocimiento de las herramientas tecnológicas, salvo de las redes sociales.

Los resultados ratificaron que los jóvenes no solo conocen sobre las redes sociales, sino que también pueden darles uso con fines de entretenimiento o en busca de relacionarse con sus semejantes, ignorando de esta manera otros usos que estas plataformas pueden tener.

Igualmente, en el contexto internacional, exactamente relacionado con la red social Instagram, se tomó en consideración el Trabajo de Grado de Olives Rosales, titulado “Análisis Comunicacional de la Red Social Instagram y su Influencia en la Construcción de Identidad Cultural en jóvenes de 18 a 25 años de la Ciudadela Abel Gilbert”, presentado en 2018 ante la Universidad de Guayaquil.

El objetivo de este estudio fue determinar la influencia que establece la recepción de la red social Instagram en la construcción cultural de los jóvenes de 18 a 25 años de la Ciudadela Abel Gilbert, además ver cómo influye los contenidos de la red social Instagram en la

construcción de los jóvenes; la pedagogía fue utilizada como herramienta para la recolección de datos en este estudio.

Los resultados del estudio muestran que efectivamente la red social Instagram influye en la construcción de identidad de los jóvenes, esto debido a los contenidos que se comparten en la red social y a la dependencia que los usuarios generan de Instagram. De esta manera, y para efectos del presente estudio, los resultados aportaron información relevante de acuerdo a la red social Instagram y como los jóvenes se desenvuelven en ella.

Otro artículo científico que aportó a este proyecto, ubicado en un contexto internacional, exactamente en España, es el realizado por García, Del Hoyo y Fernández “Jóvenes comprometidos en la Red: El papel de las redes sociales en la participación social activa”, publicado en 2014.

El propósito de este estudio es analizar el papel que tienen las redes sociales en la movilización ciudadana, social y solidaria de los jóvenes españoles. El objetivo era observar si son responsables de que los jóvenes activos on-line demuestran también su compromiso en la vida fuera de la red, si su predisposición existe o no en la participación, se intensifica a través de estas redes sociales y en su respuesta offline.

En el proceso de recolección de datos se implementó una investigación on-line a través de un cuestionario con escala de Likert y de selección múltiple, en colaboración con la red social Tuenti en el que participaron más de 1.300 jóvenes.

Los resultados ponen de manifiesto porcentajes significativos de participación solidaria exclusivamente on-line, si bien se observa que más del 80% de los jóvenes, de una u otra forma, participan en las acciones a las que se les convoca a través de redes sociales.

El trabajo permite detectar cómo a través de las redes sociales, la comunicación es más activa entre los jóvenes y también se demuestra uno de los tantos usos que se le puede dar a estas plataformas digitales, esto quiere decir que a través de una red social como Instagram (en el caso de nuestro estudio) se puede implementar para diversos usos más allá del ocio.

Otro aporte significativo es el Trabajo de Grado de Marcelino (2015) “Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración”, cuyo objetivo principal fue reconocer que los nativos digitales conviven de manera natural con las nuevas tecnologías y con los fenómenos sociales. Son una comunidad virtual flexible y a la vez exigente, los cuales siempre están en busca de redes sociales y contenidos que se adapten a su personalidad e interés. La clave fue obtener información que los ayudará a concretar si nos encontramos ante un segundo movimiento migratorio en el universo virtual de las redes sociales en España, que en esta ocasión parece partir desde Facebook hacia Instagram.

En la recolección de datos se utilizaron tres indicadores relevantes para el análisis cualitativo, estos indicadores fueron los siguientes:

- Acceso desde dispositivos móviles y popularidad de la aplicación.
- Presencia de otros jóvenes y presencia de padres y familiares mayores.
- Presencia de ídolos juveniles y marcas afines.

Como resultado de esa investigación se pudo concluir, a través de un análisis comparativo entre Facebook e Instagram, que lo que estaba sucediendo actualmente con los jóvenes españoles en estas redes sociales, ocurre conforme al movimiento migratorio entre plataformas.

Es importante resaltar que los jóvenes están migrando cada vez más hacia Instagram, esto nos ratifica el porqué de la importancia de centrar nuestro estudio en aquella red social, pues es



la que más se está usando por los jóvenes en la actualidad y donde más se crea y se consume contenido constantemente.

También se consideraron los aportes Oropesa y Sánchez (2016) en su artículo “Motivaciones sociales y psicológicas para usar Instagram”, que se propuso identificar las motivaciones que tienen los jóvenes y adolescentes para utilizar la red social Instagram.

En el proceso de recolección de datos se utilizaron cuestionarios en los cuales los usuarios respondieron de manera anónima para evaluar las motivaciones sociales y psicológicas para usar Instagram, las características de uso, la intención y actitud hacia la aplicación. En el cuestionario participaron 202 usuarios de Instagram, 106 estudiantes de secundaria y bachillerato y 96 universitarios.

Los resultados mostraron cinco tipos de motivaciones, por orden de prioridad: cotillear, almacenamiento, interacción social, expresión y evasión. En cambio, la actitud hacia la aplicación y la intención para usarla dependen del sexo y de la edad.

Los resultados arrojados por este estudio son de gran importancia, ya que se enfatiza el uso de la red social Instagram por parte de jóvenes, la actitud que estos asumen al usar esta aplicación, las motivaciones sociales y la intencionalidad.

Por su parte Martín Rosell (2015) desarrolló el Trabajo de Grado “Jóvenes y Redes Sociales” para conocer las motivaciones que los jóvenes tienen para usar las redes sociales, de igual manera, también conocer cuáles son las plataformas preferidas y qué uso les dan a estas.

Para la recolección de datos, el método usado fue a través de un cuestionario que se les hizo a 30 jóvenes, donde plasmaron sus gustos y preferencias sobre las redes sociales, todo esto para efectos del trabajo investigativo ya mencionado anteriormente.

Los resultados del cuestionario mostraron que las redes sociales son el pan de cada día y que estar en ellas en la actualidad es tener una identidad, los usuarios por excelencia son los jóvenes, los cuales se desarrollan de mejor manera en este ámbito digital, creando relaciones y usando las redes para el ocio.

El trabajo de investigación anterior proporcionó información pertinente sobre las redes sociales y el uso que los jóvenes les dan a estas, por lo tanto, fue de suma importancia para nuestro proyecto investigativo. Enfatizó también en la motivación que tienen los usuarios al momento de usar estas plataformas digitales.

Especial relevancia tuvo el artículo de López y Arcila (2016), denominado “Adopción y uso de medios sociales por jóvenes de la Costa Caribe de Colombia”, para conocer el grado de adopción de los medios sociales por parte de los jóvenes de la Costa Caribe Colombiana.

En la recolección de datos se implementó un cuestionario donde se encontraban distintas categorías sobre el uso de los medios sociales, el medio de preferencia, edad, sexo, etc. todo esto con el fin de llegar a una conclusión sobre la adopción de los medios sociales.

Los resultados del estudio dieron a conocer que la adopción por parte de los jóvenes varía de acuerdo a cada medio social, siendo Facebook el líder (en el ranking de 13) de medios sociales más adoptados por los jóvenes, seguido por Google +, Twitter, Instagram y en último lugar Snapchat.

En este estudio es relevante su contextualización en territorio colombiano y con Jóvenes de su costa caribe, además destacando el uso que los jóvenes hacen de las redes sociales y las preferencias que tienen sobre estas plataformas digitales.

García Jiménez, López de Ayala y García (2013), con su investigación “Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles”, analizaron los cambios de

hábitos que tienen los jóvenes españoles en las redes sociales y el uso en su vida cotidiana, también resaltar las implicaciones socioculturales que esto conlleva.

Se usó un cuestionario auto administrativo a escala nacional para la recolección de datos, esto con el fin de saber las prácticas que implementan los menores y jóvenes españoles en las redes sociales. Entre las principales conclusiones se destacó el uso más intensivo en tiempo y en actividades de los usuarios que utilizan muy frecuentemente las redes sociales, con especial incidencia en aquellas actividades que les permiten mantener el contacto y compartir contenidos con sus pares.

Para efectos de este trabajo de investigación, se destaca la importancia del análisis que se hizo sobre los jóvenes y los hábitos de estos en las redes sociales, lo cual nos ayudó para continuar con nuestra investigación y caracterizar el uso que los jóvenes le dan a la red social Instagram en nuestro contexto.

Por otro lado, en el contexto internacional, exactamente en Argentina, se encuentra el estudio de Torres e Iglesias (2011) “Facebook: Interacción juvenil en el espacio virtual. Ser visible, estar en el muro”, que analiza los usos y apropiaciones que hacen los jóvenes de las RSV (Redes Sociales Virtuales) para indagar si configuran y/o construyen un espacio virtual con prácticas sociales hasta ahora únicamente posibles en el espacio público.

En este estudio se aplicaron encuestas a jóvenes entre 12 y 19 años, esto con el fin de conocer el uso que estos le daban Facebook y como eran las dinámicas en esta red social. Como principal conclusión se obtuvo que los jóvenes interactúan y se relacionan en Facebook, dándose a conocer y divirtiéndose, usando esta red social con sus pares, de alguna manera, sin darse cuenta han trasladado las dinámicas sociales públicas, hacia los espacios virtuales.

Se considera importante el aporte desde la mirada de Facebook, ya que de acuerdo al enfoque de la presente investigación, facilitó el planteamiento de ciertas dinámicas y usos que los jóvenes le dan a la red social Instagram.

Otro aporte importante en el contexto nacional, es el estudio de Espinel, Hernández y Rojas (2020) “Usos, apropiaciones y prácticas comunicativas de los usuarios adolescentes de Facebook”, que lograron identificar los usos y apropiaciones que se dan en las rutinas cotidianas y sociales de los adolescentes de la red social Facebook y determinar las prácticas comunicativas que surgen de los usos y apropiaciones de esta.

Se realizaron encuestas y entrevistas semiestructuradas desde un enfoque mixto, se concluyó que los jóvenes establecen relaciones y de esa manera asimilan la apropiación del entorno digital a través del uso de las redes sociales. A medida que se usan se apropian de diversas actividades de este entorno, además de generar ciertas prácticas comunicativas propias de estos espacios digitales entre ellos mismos.

Ahora bien, aunque este trabajo investigativo se refiere a Facebook, fue relacionado con la red social Instagram y el uso que los jóvenes hacen de ella, debido al entorno digital en el que se presentan estas dinámicas de uso.

Por otro lado, en el contexto internacional, Pérez Sinusía y Cassany Comas (2018), con su investigación titulada “Escribir y compartir: prácticas escritas e identidad de los adolescentes en Instagram”, pudieron explorar cómo los adolescentes usan sus prácticas escritas en la red social Instagram acompañado de recursos discursivos para de esta manera forjar una identidad en esta plataforma digital.

En este estudio se utilizó una etnografía en línea centrada en el discurso de los adolescentes y de esta manera poder interpretar el uso que estos hacían de la red social

Instagram, los discursos que expresaban a través de sus publicaciones y la identidad que crearon a partir de las dinámicas virtuales.

Se encontró que el discurso de los adolescentes en Instagram, de cierta manera siempre está conectado o relacionado con otros aspectos semióticos, ya sea una imagen, sonido, tipografía, texto, etc. todo lo anterior ayuda a la construcción de la identidad del joven en dicha red social. En efecto, es relevante en cuanto a lo que los jóvenes expresan en Instagram y de cierta manera sobre los diversos usos que estos hacen de esta red social audiovisual por excelencia.

Del mismo modo, en el contexto internacional, específicamente en Argentina, se revisó el artículo “Usos comunes de Facebook en adolescentes de distintos sectores sociales en la Ciudad de Buenos Aires”, de Linne (2014), que exploró y definió de una manera general los usos comunes que hacen de Facebook los adolescentes de Buenos Aires. En la investigación referenciada se recolectó la información a través de una metodología mixta, que combinaba herramientas cualitativas y cuantitativas, entrevistas presenciales en profundidad, observaciones virtuales y análisis de contenido de los perfiles.

Se llegó a la conclusión de que los jóvenes dedican el tiempo a estar en Facebook, Juegos y a la transmisión de contenidos audiovisuales. Además, que la necesidad de crear relaciones con sus pares es de las principales causas de uso, y de generar una presencia en este mundo digital, con necesidad de ser popular.

En efecto, a pesar de que este estudio se llevó a cabo en Facebook, se pudieron detectar dinámicas parecidas en la red social en la que está enfocado este trabajo (Instagram), lo cual aportó una mirada en cuanto a las relaciones, percepción y uso que hacen los adolescentes de las redes sociales.

Por otra parte, en Ecuador, se consultó el Trabajo de Grado de Sabando Díaz (2017), “Análisis de los estereotipos comunicacionales del selfie en la red social Instagram en las jóvenes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil”, que se centró en Estudiar los estereotipos comunicacionales selfie en la red social Instagram en las jóvenes de primero y segundo semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. En cuanto a la recolección de datos se utilizaron ocho técnicas, las cuales fueron: Test proyectivo, cambio de rol, situación ideal, escala de intensidad, encuesta, escala de Likert, escala de puntos e Inserción de texto.

Las conclusiones arrojadas plantean que la hipótesis se confirmó, la cual era que los jóvenes demostraron ser narcisistas y exhibicionistas a la hora de tomarse una selfie y subirla a sus perfiles de Instagram, además que en esta práctica del selfie se construye una identidad propia que diferencia a cada usuario en las redes sociales.

Teniendo en cuenta la conclusión de este estudio se puede destacar que el uso que cada uno le da estas plataformas varía de acuerdo a cada usuario y lo que este quiera proyectar, y que estas dinámicas se vienen presentando mucho más en Instagram, por ser la red social más usada por jóvenes actualmente.

En el contexto internacional, se tomó en consideración el Trabajo de fin de Grado (TFG) de Morocho Sarchi (2019) “Instagram: Usos y Motivaciones de los jóvenes”, que estuvo dirigido a investigar las principales motivaciones de los y las jóvenes para el uso de la red social Instagram. Además, se tuvo en cuenta los contenidos que estos comparten en sus redes y la interacción que se genera a raíz de estos.

Se llevó a cabo una encuesta para saber cuáles eran las motivaciones de los jóvenes a la hora de usar la red social Instagram, sin embargo, esta tuvo variaciones de acuerdo a preferencias enfocadas al tipo de contenido que los usuarios comparten y publican en dicha plataforma.

Se concluyó que los jóvenes se sienten atraídos a usar Instagram por la simpleza de la aplicación y la libertad que tienen para crear su identidad en dicha plataforma, además como principal motivación para usarla fue el estar actualizados de lo que comparten sus amigos y familia, marcas que les interesan y personajes influyentes.

Se tomará en cuenta este estudio en el proceso, ya que visibilizó, desde una mirada internacional y con una población juvenil, los motivos que tienen para usar Instagram y cómo se desenvuelven en esta red social, lo cual aportó mucho a nuestro enfoque de estudio.

### **Orientaciones teóricas**

Este trabajo investigativo está inclinado hacia la caracterización del uso de las redes sociales, específicamente Instagram, además de identificar qué tipos de contenidos producen y consumen los jóvenes en el ámbito digital. Cabe resaltar que las categorías que se desarrollan en el presente estudio son el uso de las redes social Instagram por parte de los jóvenes, su percepción, y las competencias mediáticas que poseen para su aprovechamiento. Por lo tanto, es pertinente conocer sobre la definición de redes sociales, además de las teorías o estudios que se enmarcan en este ámbito.

### **Redes sociales**

Desde el ámbito digital, en palabras de Ross y Sigüenza (2010), las redes sociales se definen como una forma de interacción social, donde las personas pueden crear lazos de amistad con sus semejantes y comunicarse entre ellos. Además, los usuarios crean lazos personales y profesionales, en donde pueden compartir afinidades y temáticas en común.

Si bien las redes sociales conectan a cada usuario con otros semejantes y permiten que estos tengan interacción entre ellos, además de crear ciertos lazos de relacionamiento, el uso que se hace de estas es un poco más personalizado y depende de cada usuario respectivamente. Las funciones que reposan en las diversas redes sociales pueden ser usadas de acuerdo el usuario lo amerite y necesite.

### **Origen de las redes sociales:**

Ahora bien, en cuanto a la génesis de las redes sociales, en palabras de Durand (2000), el sistema de redes sociales, que va mucho más allá de lo digital, se encuentra clasificado en 4 niveles o vertientes, las cuales en el primer nivel se asocia a las relaciones sociales que se dan desde el núcleo familiar, creando dinámicas de sociabilidad más estrechas; posterior a esto, en un segundo nivel se encuentran las relaciones sociales de amistad, centradas en el compañerismo; en el tercer nivel yacen las relaciones sociales que se gestan por el hecho de compartir un mismo lugar de origen y como cuarto nivel las relaciones se pueden presentar desde un aspecto étnico.

De acuerdo con lo planteado anteriormente, se puede evidenciar que el primer grado de relación social se atribuye a la familia, en este caso puede entenderse como el núcleo u origen de este fenómeno de las redes de relaciones sociales que establecen los seres humanos.

Ahora bien, ya habiendo conocido la génesis de las redes de relación social, se debe centrar la mirada en lo que concierne a este estudio investigativo: las redes sociales digitales. Ciertamente el ser humano como lo dicta la historia ha estado en permanente relación con sus semejantes, sin embargo, esto no transcurría más allá de sus comunidades o territorios de origen. Siendo así donde evidenciamos la importancia de las redes sociales en el ámbito digital y las dinámicas que estas han traído consigo para las relaciones sociales humanas.



**Evolución de las redes sociales:**

Es necesario comprender cómo estas redes de relación social donde existía intercambio de información y una comunicación más fluida, con el paso de los años fueron “evolucionando” hasta llegar al ámbito digital como lo conocemos hoy en día.

Del mismo modo dicha transición de lo presencial o análogo a lo digital, se fue presentando debido a los avances tecnológicos que llegaban con los medios de comunicación masiva como la radio, la televisión y la prensa en el siglo XX; al respecto Llano (2013) señala que el advenimiento de estos medios aunque trajeron ciertas ventajas, ya que ayudaron a que la información llegara a todo el mundo, también dejaron de lado la retroalimentación, lo cual es clave en el proceso comunicativo, ya no era una comunicación de uno a otro, sino de uno a muchos.

Por otra parte, la llegada de la Web 1.0 en palabras de Latorre (2018) siguió esta misma línea, donde los usuarios solo podían consumir un contenido específico, solo se podía acceder a una información sin la posibilidad de poder interactuar o hacer más con esta.

Es con la llegada de la web 2.0 el panorama cambió, ya que como lo expresa Latorre (2018) esta se basa en la generación de comunidades en la web, con interacciones entre los usuarios y las diferentes plataformas, y es aquí donde surgieron los blogs, wikis, chats, foros y las redes sociales (como las conocemos actualmente).

Ciertamente con el paso del tiempo se volvió a recuperar esa interacción social que se había perdido a la hora de comunicar una información, ya que gracias a la web 2.0 y al surgimiento de las redes sociales y comunidades online, volvió esa retroalimentación que se había perdido años atrás, el mundo se conectó completamente con dichas redes de relación social, ya no enfocadas solamente a lo local, sino que también en lo global. Ejemplos de las redes

sociales que hacen parte de la Web 2.0 existen varios, pero se pueden mencionar de las más conocidas como lo son Facebook, Twitter, LinkedIn y para nuestro caso Instagram.

De esta manera, de acuerdo con lo planteado por Llano (2013) la Web 2.0 puede ser entendida como aquel lugar centrado en la interacción entre los usuarios, donde se comparte información y se trabaja de forma colaborativa entre dichos usuarios con experiencias enriquecedoras.

Definitivamente, se evidencia la importancia de las redes sociales a la hora de hablar de interacción y de comunicación entre los usuarios pertenecientes a cada una de estas plataformas de relacionamiento social digital.

Frente al panorama antes descrito, existen varias teorías que intentan explicar el origen y evolución de las redes sociales, y cómo estas han estado presentes en la vida del ser humano desde siempre, a continuación, se presentan algunas de estas.

**Teoría de campo:** De los más importantes referentes teóricos sobre las redes sociales, se encuentra Kurt Lewin (como se cita en Lozares, 1996, p. 104) con su Teoría de campo, la cual sostiene que:

La percepción y el comportamiento de los individuos de un grupo, así como la misma estructura del grupo, se inscriben en un espacio social formado por dicho grupo y su entorno, configurando así un campo de relaciones. Estas relaciones pueden ser analizadas formalmente por procedimientos matemáticos.

**Teoría de Grafos:** Esta teoría se centra en estudiar la estructura por la que se encuentran conformados ciertos grupos, y ver de esta manera como dicha estructura afecta el relacionamiento o comportamiento entre los individuos pertenecientes a un determinado grupo.

(Cartwright y Zander, 1953; Harary y Norman, 1953; Bavelas, 1948, 1950; Festinger, 1949, como se cita en Lozares, 1996, p. 104)

Dichas teorías, sustentan de gran manera este trabajo investigativo debido que dan razón o base a lo que son las redes sociales, en un principio desde el ámbito de relaciones sociales entre individuos y grupos. Lo anterior, también se evidencia en las dinámicas de relacionamiento y colaboración que se presentan en las redes sociales digitales contemporáneas, destacando el entramado de redes de conectividad presentes en las plataformas digitales de las cuales hacemos uso en el día a día.

Además, un factor que puede tomarse en cuenta y que es mencionado en las teorías expuestas, es como la estructura o las dinámicas que se dan en dichas redes de relación social, pueden afectar el comportamiento de los individuos que pertenecen a determinada comunidad. Ciertamente, algunos de esos procesos pueden ser vistos en las redes sociales digitales, que en ciertas situaciones pueden influir en la forma de pensar o actuar de los usuarios, generando un uso que caracteriza a cada individuo.

### **Uso de las redes sociales**

Ahora bien, después de haber develado un poco de la historia y origen de las redes sociales, es importante destacar el uso que las personas hacen de ellas, además de tener un poco más de claridad sobre las dinámicas que hacen posible que los usuarios elijan utilizar dichas redes sociales, y en nuestro caso específico, la red social Instagram.

**Teoría de usos y gratificaciones:** Esta teoría propuesta por Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch (citados en López, 1993) caracteriza a la audiencia o público como un agente activo, dinámico y con la capacidad de elegir qué consumir, ya de acuerdo con las necesidades y

preferencias de la audiencia esta misma decide el uso que hará de los medios de comunicación masiva.

Ahora bien, esta teoría de la comunicación, también se puede entender desde el ámbito digital y ver cómo los usuarios utilizan las diferentes redes sociales para generar una satisfacción o gratificación de acuerdo con los contenidos que comparten o consumen. De esta manera, dicha teoría es importante para este proyecto investigativo, ya que este mismo busca conocer el uso que un grupo de personas hacen de una determinada red social.

Si bien, la teoría de usos y gratificaciones surgió para el estudio de los medios de comunicación masiva análogos, también es pertinente adaptarla dicha teoría a los medios digitales contemporáneos.

**La teoría de usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales:** Según plantea Martínez (2010), dicha teoría puede ser aplicada a las redes sociales digitales, ya que estas satisfacen ciertas necesidades de los usuarios por medio del uso que estos le dan a estas plataformas, siendo así destacable las necesidades de diversión (ya que el contenido presente en las redes cumple con la necesidad de ocio), relaciones sociales (permiten crear relaciones sociales con otros semejantes), identidad (permiten que te expreses a través de lo que compartes) y vigilancia (permiten estar actualizados y al tanto de lo que ocurre).

Lo anterior evidencia cómo el uso que cada individuo hace de las redes sociales puede generar gratificación o cubrir una necesidad al estar presente en este entramado digital, consumiendo o compartiendo un contenido específico, en el caso de este estudio, más que todo centrado en la red social Instagram, donde se destaca un contenido audiovisual.

**Hipermediaciones:** El fenómeno estudiado en la presente investigación se mueve en el contexto virtual, por tanto, para su mejor comprensión es necesario abordarlo desde las

hipermediaciones, definidas estas como “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008, p. 113).

De esta manera, se entienden las redes sociales digitales como escenarios donde se llevan a cabo dichas hipermediaciones, ya que gracias a estas los seres humanos se conectan globalmente y surgen una serie de convergencias de medios e intercambios culturales entre los usuarios de estas plataformas de relacionamiento social, esto debido a la constante interacción que se lleva a cabo en las redes sociales.

Ahora bien, tomando como red social principal de este estudio a Instagram, se puede evidenciar cómo dichas dinámicas planteadas por Scolari con las hipermediaciones, se presentan también en dicha plataforma, donde convergen una gran cantidad de usuarios los cuales intercambian experiencias a través de una publicación, ya sea una foto, video, texto o través del chat o DM. Asimismo, según Scolari (2008) la reticularidad es entendida como una comunicación interactiva de muchos a muchos. En este orden de ideas, dicha reticularidad presente en Instagram, también permite que se destaque una mezcla de culturas y percepciones de todos los usuarios que se encuentran presentes en ese mundo digital, trayendo al escenario aquel intercambio simbólico también mencionado por Scolari.

**Competencia mediática:** Según Ferrés y Piscitelli (2012) es la capacidad que tienen los sujetos para la comprensión de las dinámicas que se dan en los distintos medios, aquel conocimiento y actitudes que se destacan en las personas a la hora de consumir los contenidos presentes en las diversas plataformas, los cuales se basan en seis dimensiones, como lo son: lenguajes, tecnología, interacción, producción y difusión, ideología y valores, estética.

Donde de acuerdo a lo que plantean Ferrés y Piscitelli (2012), el lenguaje puede entenderse como la capacidad que tiene una persona para interpretar un mensaje y del mismo modo poder expresarse atendiendo las diferentes formas de significación o representación; asimismo, en el ámbito tecnológico, hace referencia a la forma en cómo se puede desenvolver a través de las TIC, reconociendo la importancia de las mismas y haciendo parte de las dinámicas de un uso correcto o con sentido que envuelven a esta dimensión.

Del mismo modo, en la dimensión de la interacción, se destaca la importancia del intercambio simbólico con otras culturas y el contexto, además de generar una interacción activa con sus semejantes. Por otro lado, en la dimensión de producción, se resalta el conocimiento sobre los procesos de producción y difusión de contenidos.

Además, desde la dimensión de ideología y valores, se resalta la capacidad para identificar la calidad de información que se está consumiendo, la calidad de fuentes y dinámicas sociales; del mismo modo contribuir de manera significativa con mensajes o productos que aporten valor a la sociedad. En este orden de ideas, también se destaca la dimensión estética, en la cual se habla de la sensibilidad para reconocer la calidad artística y visual en un producto, además de reproducir o transformar producciones desde lo artístico, potenciando la innovación y la creatividad.

Para efectos de este estudio se seleccionaron tres de estas dimensiones: Tecnología, interacción y estética en sus ámbitos de análisis y expresión, los cuales van acorde al enfoque establecido para este trabajo de investigación, ya que se buscaba identificar cuáles eran las competencias mediáticas de los estudiantes de once grado del Liceo Mixto San José, desde el ámbito tecnológico, además de las interacciones que estos llevan a cabo en la red social

Instagram, en la cual se enmarcan ciertas dinámicas donde está presente la importancia de la estética, tanto para los que crean contenido como para los que lo consumen.

### **Marco conceptual**

#### **Redes Sociales:**

Según Cabrera (citado en Otero y Sánchez, 2012) las redes sociales representan una nueva oportunidad para la Web 2.0. “Son comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes. Las redes sociales son uno de los mejores paradigmas de la Web 2.0 y la construcción de opinión en el entorno” (p. 166).

#### **Apropiación:**

Proceso en el cual se toma algo como parte nuestra, nos adueñamos de algo, lo sentimos nuestro y comprendemos algo.

#### **Caracterización:**

Según la RAE (Real Academia de la Lengua Española), esta se define como determinar los atributos peculiares de alguien o de algo y de esta manera poder diferenciarlo claramente de los demás.

#### **Contenido de calidad:**

De acuerdo al portal web VGS Tecnologías Web (2015), este puede entenderse como aquel contenido que aporta valor a los usuarios, además este se profundiza un tema en específico. Además, este se caracteriza por aportar conocimiento nuevo a los usuarios o nativos digitales sobre temas puntuales y conectar con estos mismos.

#### **Cibercultura:**

Es un término utilizado para definir un conjunto de procesos, costumbres, comportamientos, y prácticas culturales propios del mundo contemporáneo, asociados

principalmente a los grandes cambios que han originado las TIC en diversos aspectos de la vida tales como las formas de relacionamiento, el ocio y la educación, entre otros.

Se basa en la conectividad, la hipertextualidad y la interactividad, que facilitan compartir todo tipo de acciones, manifestaciones, procesos a través del ciberespacio, siendo accesibles desde cualquier lugar del mundo físico, convirtiendo en algo habitual que las personas puedan colaborar entre sí para crear, modificar, actualizar, consumir y poner a circular todo tipo de contenidos.

### **Revisión Legal**

En este apartado, se consideran las distintas normas o leyes que regulan el uso de las redes sociales, y del mismo modo, cómo desde entidades internacionales se promueve el uso de las TIC para su apropiación en entornos educativos.

Empezando por las normas comunitarias que establece la red social Instagram, la cual pertenece a Facebook, Inc. Es necesario tener en cuenta que es una red social conformada por una comunidad con diversidad cultural, edades y creencias, por lo tanto, es importante crear un entorno seguro para todos. Siendo así, entre las normas comunitarias más relevantes se destacan:

- Solo se puede publicar contenido de autoría propia
- El contenido compartido debe ser apropiado para todo público
- Cumplir con la ley (no se debe fomentar el terrorismo, actos delictivos o contenido sexual)
- Respetar a todos los miembros de la comunidad de Instagram.
- Evitar las autolesiones
- Reportar casos/contenido donde se incumplan las normas comunitarias



Dichas normas regulan el uso y comportamiento de los usuarios en Instagram, además se puede encontrar más información el servicio de ayuda de la red social. (Instagram, 2020)

Asimismo, en Colombia se revisó el Proyecto de Ley Número 176 de 2019 (Regulación uso y apropiación de las RS en Colombia) se establece que: “Artículo 1. Objeto: Con el presente proyecto de ley se busca establecer parámetros y procedimientos generales del uso de las redes sociales en internet que permitan proteger a los usuarios frente a conductas lesivas o potencialmente peligrosas resultado de la extralimitación o uso inadecuado de las redes sociales virtuales”.

De acuerdo al Artículo 5. Prohibiciones: Se establece que para el buen uso se prohíbe a los usuarios:

- Ser menor de 14 años para pertenecer a las redes sociales.
- Pedir o publicar datos de un menor de 14 años, sin consentimiento expreso de sus padres.
- Publicar cualquier tipo de dato, información, archivo, fotos, videos de otras personas de cualquier edad, sin el consentimiento expreso o escrito de las mismas
- Descargar libre y gratuitamente contenidos que tengan derechos de autor.
- Usurpar la identidad de otro y crear perfiles que no representen a una persona real o incurrir en la comisión de conductas punibles reprochables penalmente.
- Publicar expresiones o comentarios insultantes o amenazantes acerca de otras personas, grupos o comunidades que agravien, afecten u ofendan su buen nombre, honra, intimidad, integridad personal, libertad de expresión o ejercer acoso por internet.

- Sobreexponer su intimidad o revelar información personal y sensible dentro del perfil, como información económica, financiera, dirección de residencia, teléfono o información sentimental
- Acceder a información personal y reservada sin orden judicial
- Acceder a contenidos inadecuados o ilegales.
- Usar lenguaje violento que incite al odio o discriminar en alguna de sus formas.
- Difundir noticias falsas para atacar a un oponente político o comercial.

Dichas normas, están establecidas para dar a conocer los usos inapropiados de las redes sociales en el territorio colombiano, y de esta manera que las dinámicas sociales en la virtualidad se lleven a cabo en buenos términos.

Por otro lado, también se tuvo en cuenta lo que plantea la UNESCO en su libro Enfoques estratégicos sobre las TIC en educación en América Latina y el Caribe (2014). En el cual se sustenta que las tecnologías de la información y comunicación denominadas (TIC) han alcanzado un desarrollo y evolución significativa en el siglo XXI, además, por este motivo la educación se enfrenta a un desafío, ya que el acceso a una educación de calidad como derecho fundamental requiere una actualización de las prácticas y de los contenidos del sistema educativo para que sus estudiantes puedan enfrentarse a los nuevos retos de la sociedad de la información.

Dicha actualización propuesta por la UNESCO (2014) plantea lo siguiente:

Esta actualización implica un desafío pedagógico, para incorporar las TIC al aula y en el currículum escolar; la adecuación de la formación inicial y en servicio de los docentes; políticas públicas que aseguren la implementación sistémica de reformas que impacten en los sistemas educativos de manera integral y que aseguren la cobertura y calidad de la infraestructura tecnológica (hardware,

software y acceso a servicios de información y comunicación); y utilizar las TIC como oportunidad para mejorar la gestión escolar, lo que implica preparar a directivos y administrativos en estas nuevas tecnologías. (p. 7)

La finalidad de todo esto es proponer ideas para el diseño de un nuevo paradigma educacional, que ponga a las tecnologías de la comunicación e información como pilar que sirva de herramientas para el aprendizaje de los estudiantes y el desarrollo de su máximo potencial, de manera que cada uno pueda generar competencias digitales con la finalidad de contribuir al desarrollo de sociedades más justas, democráticas e integradas.

### **Sistematización de categorías**

La principal categoría de análisis del presente estudio es la *Caracterización del uso de la red social Instagram*.

Su conceptualización parte del uso de las TIC y los cambios que estas han ido generando en la vida de todos los seres humanos, entre los cuales destaca la forma cómo socializamos, ya que todos estamos conectados a través de internet a nivel mundial.

Es en ese contexto que se mueve el presente estudio, se refiere a las transformaciones que se viene produciendo en las dinámicas de socialización de los jóvenes, a partir del uso de las redes sociales, específicamente Instagram, las funciones y herramientas que esta ofrece para la comunicación y relación entre las personas. (Del Barrio & Fernández, 2014).

### **Supuesto de Investigación:**

Se parte del supuesto que los jóvenes de once grado del Colegio Liceo Mixto San José, usan y perciben la red social Instagram como un espacio de ocio y entretenimiento.

**Subcategorías de análisis:**

Para efectos de desarrollo de la investigación, se decidió abordar la caracterización desde tres subcategorías de análisis:

**1- Tipos de contenido, funciones, frecuencia e intencionalidad:** Esta subcategoría se enfoca en la identificación de los contenidos que más consumen y comparten los estudiantes de once grado del Colegio Liceo Mixto San José a través de la red social Instagram, cuáles funciones usan, con qué intencionalidad y con qué frecuencia, además de las diferentes dinámicas que se presentan en esta plataforma, a fin de caracterizar su uso exclusivamente en dicha comunidad.

**2- Percepción de los jóvenes sobre las redes sociales e Instagram:** Esta subcategoría se refiere a la exploración respecto a cómo los jóvenes del colegio Liceo Mixto San José ven a las redes sociales y en este caso específico a Instagram, de esta manera se destaca la percepción de toda esta realidad, pero desde la mirada de los jóvenes estudiantes.

**3- Competencia mediática:** Esta subcategoría está dirigida a la identificación de las capacidades (conocimiento, destrezas, habilidades y actitudes) que poseen los estudiantes de once grado a la hora de discriminar (consumir y producir) ciertos contenidos en la red social Instagram. Asimismo, se pretende detectar si existen falencias en cuanto a los conocimientos que esta comunidad estudiantil tiene sobre estructura, funcionamiento y dinámicas presentes en estos medios sociales.

**Tabla 1***Sistematización de categorías*

<b>TABLETA DE SISTEMATIZACIÓN DE CATEGORÍAS</b>				
<b>Objetivo General:</b> Caracterizar el uso de la red social Instagram en estudiantes del Liceo Mixto San José (Soledad-Atlántico)				
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Categorías de análisis</b>	<b>Definición</b>	<b>Subcategorías de análisis</b>	<b>Unidades teóricas asociadas</b>
Identificar los tipos de contenido, funciones, frecuencia e intencionalidad con las cuales los estudiantes de once grado del Liceo mixto San José (Soledad – Atlántico), utilizan la red social Instagram.	Caracterización del uso de la red social Instagram	Se parte del uso de las TIC y los cambios que estas han ido generando en la vida de todos los seres humanos, entre los cuales destaca la forma cómo socializamos, ya que todos estamos conectados a través de internet a nivel mundial. Se refiere a las transformaciones que se viene produciendo en las dinámicas de socialización de los jóvenes, a partir del uso de las redes sociales, específicamente Instagram, las funciones y herramientas que esta ofrece para la comunicación y relación entre las personas. (Del Barrio & Fernández, 2014).	Tipos de contenido Funciones Frecuencia e Intencionalidad	Teoría de Usos y Gratificaciones (60')
Explorar la percepción de los jóvenes de once grado del colegio Liceo Mixto San José sobre el uso de la red social Instagram.			Percepción de los jóvenes	Hipermediaciones (Scolari, 2008)
Identificar las competencias mediáticas que poseen los jóvenes de once grado del colegio Liceo Mixto San José para la producción y consumo de contenido en la red social Instagram.			Competencias mediáticas	La competencia mediática Ferrès & Piscitelli (2012)

*Fuente propia del autor*

### **Capítulo 3: Orientación metodológica**

#### **Naturaleza de la Investigación**

Según su finalidad, esta investigación es de tipo básica que, según Ander-Egg (2011) es aquella que se enmarca en la detección, descripción y explicación de las características y/o problemas de determinados hechos o fenómenos que se dan al interior de una sociedad.

En este caso, se busca caracterizar el uso que hacen de la red social Instagram los estudiantes de once grado del colegio Liceo Mixto San José, además de la percepción que tienen estos jóvenes sobre esta red social en cuestión e identificar cuáles competencias mediáticas poseen los estudiantes a la hora de compartir o consumir contenido en Instagram.

Tomando en cuenta su alcance temporal, es de carácter seccional (Sierra Bravo, 1992) porque el trabajo de campo se desarrolló en un solo momento específico, puntualmente se realizó durante el segundo semestre del año 2020, ya que en este periodo los estudiantes están mejor adaptados en el entorno escolar librándose de responsabilidades como las Pre-Icfes, Icfes, alfabetizaciones, entre otros. Con la finalidad de generar un mejor clima comunicacional y no sentir el grupo focal como una obligación o una carga académica más.

Atendiendo al criterio de profundidad, este estudio es descriptivo - exploratorio, tomando en cuenta lo planteado por Hernández Sampieri (2014) porque, además de caracterizar o describir el uso que los estudiantes de once grado del Liceo Mixto San José hacen de Instagram, también se evidenció el poco desarrollo de estudios enfocados en esta red social en el territorio colombiano y menos aún con estudiantes de Soledad, Atlántico.

Por otro lado, según su carácter esta investigación se enmarca en el enfoque cualitativo, teniendo en cuenta los criterios de Martínez (2006) debido a que se busca conocer el sentido y

las significaciones sociales que los estudiantes le dan a Instagram y los contenidos que comparten en esta red social.

El paradigma en el que se orienta la investigación es el paradigma crítico, planteado por dos principales autores: Horkheimer y Habermas, partiendo de este, se propone hacer una caracterización del uso de las redes sociales (específicamente Instagram) por parte de los estudiantes de once grado del Liceo Mixto San José, pero desde la propia percepción de los sujetos.

Para Habermas (1986), el conocimiento nunca es producto de individuos o de grupos humanos con preocupaciones alejadas de la cotidianidad; por el contrario, se constituye siempre en base a un interés que se ha ido desarrollando a partir de las necesidades naturales de la especie humana y que han sido configurados por las condiciones históricas y sociales.

En este caso, se pretende evidenciar las principales características que las nuevas tecnologías han dejado en la sociedad, transformando socialmente la manera de vivir de las personas, y cómo estos sujetos perciben la realidad de la misma. Para así, conocer e intentar comprender, de una mejor manera, los cambios ocurridos en los últimos años y como estos han impactado en la sociedad contemporánea.

Para finalizar, según su naturaleza, esta investigación es de carácter empírico teniendo en cuenta los criterios de Sierra Bravo (1992), ya que se trabajará en el campo, con hechos reales sin manipular la experiencia, con los jóvenes y las prácticas que estos tienen con el uso de los medios digitales, en este caso, Instagram.

**Unidad de análisis**

Partiendo del concepto propuesto por Hernández Sampieri (2014, p. 183), la unidad de análisis estuvo conformada por aproximadamente 180 jóvenes estudiantes de bachillerato del colegio Liceo Mixto San José de Soledad (Atlántico), según datos suministrados por la directiva de la institución (2020).

**Unidad de Observación**

Según los criterios de Azcona, Manzini y Dorati (2013) la unidad de observación es aquella de donde se obtendrán los datos; en este caso específico, se trata de 10 estudiantes de once grado del colegio Liceo Mixto San José de (Soledad-Atlántico), para conformar el Grupo Focal, los cuales fueron seleccionados atendiendo a los siguientes criterios:

- Que tengan Smartphone
- Que tengan perfil activo en la red social Instagram
- Que cuenten con acceso a internet.

**Técnicas e instrumentos para la recolección y procesamiento de datos**

Se usó la técnica del Grupo Focal, ya que teniendo en cuenta los criterios de Escobar y Bonilla (2011) este se centra en la interacción de las personas de un determinado grupo, en donde se dan a conocer experiencias, sentimientos y opiniones sobre un tema específico.

Como consecuencia de la realidad actual de aislamiento social como medida preventiva por el COVID-19, el Grupo Focal se desarrolló a través de la plataforma Google Meet, en base a unas preguntas claves y un temario.



Atendiendo al manejo de información personal y la protección de datos, en este caso de menores, para el desarrollo del grupo Focal, se tuvo en cuenta la firma de Consentimiento Informado (Ver anexo #2) por parte de sus padres o acudientes.

### **Instrumento**

El instrumento utilizado para obtener los datos fue un Temario (Ver anexo #3), el cual ayudó a desarrollar el diálogo entre los estudiantes y el moderador del grupo focal. También se buscaba que el proceso del grupo focal pudiera realizarse de una manera ordenada Para garantizar el desarrollo de todos los puntos clave vinculados con las sub-categorías de análisis estipuladas previamente.

El temario se desarrolló con base a los objetivos que enmarcan esta investigación, los cuales tienen que ver con el uso y la percepción que los estudiantes tienen sobre la red social Instagram, además de las competencias o conocimientos digitales que estos mismos manejan. A partir de lo anterior, la conversación fue avanzando de acuerdo al tema de discusión de cada momento.

### **Descripción del proceso**

Los pasos que se llevaron a cabo para la recolección y procesamiento de los datos son los siguientes:

- Construcción del temario.
- Solicitud de autorización por parte de los Directivos de la institución educativa.
- Envío, firma y devolución del Consentimiento informado por parte de padres o acudientes.
- Desarrollo del Grupo Focal.

- Los datos fueron procesados en tiempo real por el relator del grupo focal anotando palabras y puntos clave que decían los estudiantes.
- Al mismo tiempo se contó con herramientas de grabación de pantalla para poder tener el registro audiovisual de la reunión que se llevó a cabo por medio de plataformas de reuniones digitales (Google Meet), lo anterior como solución a la contingencia de salud que se presentó por el Covid-19 a nivel mundial, y de esta manera poder llevar a cabo el grupo focal sin ningún impedimento.
- Posterior a esto, la grabación del grupo focal se sometió a un proceso de análisis para transcribir los datos y tener un informe final sobre el uso que estos estudiantes le dan a Instagram y a partir de esto poder caracterizar las principales funciones que estos usan de la red social, además de la percepción que tienen de la misma.

El proceso se llevó a cabo de la siguiente manera:

- Se realizó la observación del grupo focal realizado con los estudiantes por la plataforma Google Meet, cuya grabación se efectuó con un programa capturador de pantalla llamado Loom.
- Se realizó una transcripción de la conversación, específicamente de las preguntas y respuestas que dieron los estudiantes con base al temario propuesto en el grupo focal, para dicha transcripción se utilizó una de las herramientas de la suite de Google, la cual fue documentos de Google online.
- Finalmente, se dio paso a la redacción final de los resultados arrojados por el grupo focal.

## Capítulo 4: Análisis de resultados

### Presentación y análisis de resultados

A continuación, se exponen los resultados recolectados a través del grupo focal que se llevó a cabo con los estudiantes de once grado del Liceo Mixto San José, donde se evidencia el uso que estos hacen de la red social Instagram y las diferentes funcionalidades y conocimientos que tienen sobre dicha plataforma digital.

Como punto de partida, se inició el grupo focal con preguntas de carácter general enfocado en el uso de las TIC, esto con el objetivo de generar conversación y conocer más sobre el uso que los estudiantes hacen estas. Posteriormente se fue avanzando hasta llegar a nuestro tema de interés, que es el uso de la red social Instagram.

Respecto a la frecuencia de acceso a las plataformas digitales o a las redes sociales, los estudiantes manifestaban que en algunos casos el acceso era muy constante, mientras que para otros ya casi no ingresaban tanto a dichas plataformas, o el acceso ya no era tan seguido como antes de la pandemia causada por el COVID 19, mientras que otros manifestaron que la usaban más con fines de ocio al jugar videojuegos.

**Estudiante 1:** “Cuando tenía el celular disponible duraba entre 1 a 4 horas en estas plataformas digitales”

**Estudiante 2:** “Últimamente he estado muy apegada a las plataformas digitales debido a la contingencia de la pandemia ya que todas las actividades y clases se están llevando a cabo a través de la virtualidad”.

**Estudiante 3:** “Últimamente no estoy accediendo mucho a las redes sociales, antes quizá como 2 o 3 horas, pero ya casi no ingreso mucho”.

Teniendo en cuenta lo dicho por los estudiantes sobre el acceso y el tiempo en pantalla en dichas plataformas digitales o redes sociales, podemos inferir que la pandemia y la cuarentena han influido en el tiempo y las veces que los estudiantes ingresaban a las plataformas digitales o a las redes sociales, ya que en algunos casos todos los días deben estar atentos a sus dispositivos tecnológicos por las clases virtuales y quizá esto con el tiempo ha venido saturando a los jóvenes, dando como motivo que algunos ya no quieran ingresar tanto a los medios digitales.

Por otro lado, respecto a la preferencia de una red social, la mayoría de los estudiantes manifestaron que Facebook era más de su agrado, debido al contenido de entretenimiento que allí pueden encontrar, el cual es muy abundante. Sin embargo, no descartaron el uso de la red social Instagram, como una de las principales de su preferencia.

Además, en cuanto al contenido que consumen generalmente, los estudiantes manifestaron que principalmente era contenido de entretenimiento, específicamente memes y series, en las diversas plataformas.

### **Uso de la red social Instagram**

Luego de indagar sobre estas generalidades y hacer la conversación más fluida, se dio paso a nuestro tema de interés que es el uso de Instagram. De esta manera, el primer punto de conversación fue la frecuencia de uso que los jóvenes hacen de esta red social. Los cuales expresaron lo siguiente:

**Estudiante 2:** “Todos los días, cada vez que puedo entro a Instagram”.

**Estudiante 4:** “Más que todo en las noches”.

**Estudiante 5:** “Todos los días”

**Estudiante 1:** “Cada 3 días”.

Se evidencia, que, aunque hay algunos que usan muy a menudo la red social Instagram, también hay otra parte de los estudiantes que no tienen esa constancia al usarla, esto asociado a problemas de conexión o falta de dispositivos para hacerlo, o en otros casos no son muy apegados.

El siguiente punto que se abordó en nuestra conversación fue descubrir **¿Cada cuánto publican contenido en esta red social?** teniendo en cuenta que es un punto relevante para saber cómo es su posición participativa en esta plataforma. Los cuales comentaron lo siguiente:

**Estudiante 6:** “Cada vez que haya algo interesante”.

**Estudiante 7:** “Yo como cada 6 días, a veces”.

En este punto se evidenció un contraste de opiniones y de uso, en el que el estudiante 6 publica contenido cada vez que hay algo relevante que subir, este se toma su tiempo, y el estudiante 7 aproximadamente 1 vez a la semana se preocupa por subir algo en esta red social, resaltando las distintas formas de uso que los estudiantes le dan a Instagram.

Otro aspecto que estuvo presente en el grupo focal fue el tipo de contenido que los estudiantes compartían en esta red social, donde el principal protagonista fue el selfi o fotos en las historias de Instagram, resaltando que esta funcionalidad les permite compartir fotos instantáneamente.

**Estudiante 8:** “Principalmente fotos y selfis en las historias”

**Estudiante 7:** “Por mi parte no publico cosas, a veces en las historias lo hago”.

De esta manera se resalta el hecho de que los estudiantes, no son muy activos en cuanto a publicaciones en el “feed” de Instagram, llegando hasta no publicar casi nada, sin embargo, el protagonista principal en cuanto a contenido que comparten son las fotos y selfis en las historias de Instagram, donde se destacó que en dicha foto o selfi deben verse bien para subirlas, sino no lo hacen. Esto reafirma el cómo ellos quieren ser vistos por los demás usuarios de esta red social.

Del mismo modo, un tema importante fue el de las **funciones que contiene Instagram** y las **más usadas por los estudiantes**, entre las cuales, resaltó la de las historias, destacando la facilidad de compartir contenido con esta función, y por otro lado también se mencionó el buscador o sección explorar, el cual ayuda a los estudiantes a encontrar información o personas de su interés para seguirlas

**Estudiante 1:** “Principalmente busco información sobre el mundo deportivo, además yo uso los filtros que ofrece Instagram”.

Asimismo, respecto a la intencionalidad a la hora de usar dichas funciones de la red social Instagram, los estudiantes manifestaron lo siguiente:

**Estudiante 4:** “Depende de las personas que siga y que me sigan, en ocasiones mi intención es divertirme o distraerme”

**Estudiante 6:** “Lo hago para tener recuerdos”

**Estudiante 2:** “Si se ve bonito, lo publico”

**Estudiante 5:** “Lo hago por subir una foto, que se vea bien y mantener activa mi red social, ya que en mi caso la uso más para ver el contenido que hay”

De lo anterior se pudo evidenciar que las motivaciones o intención que tienen los estudiantes para usar las funciones de las historias, además de compartir cierto contenido por ese medio, va relacionado a cómo quieren ser vistos y también el querer estar en la “conversación de las redes sociales”, destacando la importancia que tiene el estar presente en dichas plataformas, así sea publicando un contenido de alguna actividad cotidiana o una simple selfi.

Ciertamente, un aspecto importante del cual se conversó fue el del *contenido que los estudiantes consumen o buscan en Instagram*, el cual destacaba como punto central, un contenido de entretenimiento, de ocio e informativo. Estos manifestaron que el tipo de contenido que consumen va enfocado a los gustos de cada uno de ellos. En este caso hay una parte que le gusta consumir el contenido de índole deportivo con el fin de aprender y estar informado. Mientras otros, consumen contenido de entretenimiento, para distraerse y reír un rato. Por otro lado, hay algunos que consume un contenido enfocado en el área comercial, para ver ropa o accesorios de su preferencia.

**Estudiante 7:** “Principalmente deporte”

**Estudiante 9:** “Contenido que me de risa, que me divierta”

**Estudiante 1:** “Contenido de figuras públicas, artistas, etc”.

**Estudiante 10:** “También uso Instagram para ver páginas de ventas”

De lo expresado por los estudiantes respecto a esta temática, se puede ratificar el *supuesto de investigación* del presente estudio, el cual señala que los jóvenes utilizan la red social Instagram, principalmente para consumir contenido de entretenimiento. Es cierto que

algunos de los estudiantes dan otros usos adicionales, pero el contenido estrella que consumen es de entretenimiento.

En cuanto al punto final sobre el uso de Instagram, con los estudiantes se abordó el tema de los *beneficios que les ha dejado usar esta red social*, a lo cual manifestaron que los mantenía más informado de la vida de las personas que siguen, además de estar informados de cualquier acontecimiento.

**Estudiante 2:** “Me ha servido mucho para estar informada”.

### **Percepción sobre Instagram**

Pasando a la temática respecto a la percepción que los estudiantes tienen de Instagram, varios mencionaron que la red social es muy buena, “chévere”, entretenida, mientras que otros mencionaron que les encanta esta red social, además de pasar el tiempo allí y consumir contenido.

Sin embargo, uno de los estudiantes señaló que, aunque le parece muy buena la red social, prefiere entrar más a Facebook por el contenido de entretenimiento que allá abunda (memes, videos de risa, etc.).

**Estudiante 5:** “Me parece una red social muy buena, además es informativa y en ocasiones una imagen transmite más que algunas palabras o algún texto”.

**Estudiante 6:** “Me parece muy buena, ya depende el uso que le demos”.

De esta manera, se resaltó lo importante que puede resultar Instagram al buscar contenido informativo, ya que esta red social se centra en la imagen y video, por lo tanto, es más fácil poder



entender lo que se está comunicando a través de un contenido audiovisual, por eso para esta participante, Instagram es una muy buena red social.

Finalmente, otro estudiante compartió su apreciación sobre Instagram, mencionando que le parece muy buena y que puede servir como ventana para emprendimientos de las personas que apenas inician en el mundo comercial.

Ahora bien, en la dinámica de la conversación se abordó el tema sobre si Instagram es una red social buena o es mala, a lo que los estudiantes manifestaron que, aunque parece una red social inofensiva, puede resultar peligrosa en el momento en que se hacen pasar por nosotros o intentan suplantarnos. Por otro lado, también se mencionó que es una red social positiva y enfatizaron que todo depende del uso que se le dé a esta misma.

**Estudiante 4:** “Aunque parece una red social inofensiva, puede traer muchos riesgos, ya que puede haber problemas como que se hacen pasar por ti”

**Estudiante 5:** “Pues yo creo que es positiva, ya depende del uso que le des y las personas que sigas y te sigan”

Ciertamente el uso que los jóvenes hacen de la red social Instagram está directamente relacionado con la percepción que estos tengan de ella, enfocados en un uso relativamente bueno o positivo. Sin embargo, no descartan que en esta red social y en el mundo digital siempre está la existencia latente de ciertos peligros que pueden convertir a estos medios digitales en antagonistas.

Del mismo modo, se conversó sobre el porqué esta red social es de las más usadas por los jóvenes, y de tratar de comprender cuáles eran esas dinámicas que los atraen tanto, a lo cual los estudiantes comentaron lo siguiente:

**Estudiante 7:** “Puede ser porque las personas mayores están más familiarizadas con Facebook o Twitter, además es más fácil encontrar a las personas que buscamos, como famosos o artistas”.

**Estudiante 1:** “Instagram está mejor presentado que Facebook”.

**Estudiante 2:** “La interfaz es muy bonita, es diferente a la de otras aplicaciones”.

Se evidenció por qué estos estudiantes prefieren usar la red social Instagram, o cuáles son esas motivaciones que los atrae de dicha aplicación, enfatizando más que todo hacia lo estético y lo fácil de encontrar la información que se quiere.

### **Competencias mediáticas**

Por otro lado, también se dialogó sobre temas específicos para identificar las competencias mediáticas que poseen los estudiantes, para lo cual se mencionó como tema principal el contexto de las publicaciones, y se buscaba saber si los jóvenes tienen en cuenta este aspecto a la hora de consumir información en esta red social.

**Estudiante 7:** “Investigo más si es interesante la noticia o la información que estoy viendo”

De acuerdo a este aspecto, todos los estudiantes manifestaron que investigan y tienen en cuenta el contexto del contenido siempre y cuando sea de su interés o les llame la atención, ya

que, si esto no sucede, rara vez deciden indagar un poco más sobre dicho contenido e investigar a profundidad.

Además, otro punto clave que se mencionó, estuvo enfocado en la motivación al seguir a una persona en Instagram, al porqué seguir a alguien, a lo cual los estudiantes expresaron que esto se basa en admiración, en amistad o en cercanía, refiriéndose a seguir a una persona específicamente. Asimismo, el tipo de contenido que se consume de estas personas, destaca esa cercanía o constancia que brinda Instagram a la hora de crear conexiones entre semejantes y que los contenidos se compartan entre sí.

**Estudiante 2:** “Instagram es más constante con el contenido de las personas que seguimos, podemos estar actualizados de lo que hacen”.

Siendo así, se destaca lo importante que resulta Instagram a la hora de estar informado sobre lo que publican las personas que seguimos, nos permite estar actualizados y de primera mano.

Teniendo en cuenta las normas en cuanto a la difusión de contenido y a la forma de expresarse, los estudiantes manifestaron que al parecer Instagram tiene menos restricciones en comparación a otras redes sociales a la hora de compartir contenido, sin embargo, son conscientes que hay cierto tipo de contenido que no debería publicarse. Aun así, había varios jóvenes que no conocían la existencia de políticas de contenido que maneja Instagram.

**Estudiante 6:** “Normalmente en Instagram yo publico lo que quiero”

**Estudiante 5:** “O sea si, que no sea contenido obsceno o algo por el estilo, eso hay que tenerlo en cuenta”.

**Estudiante 4:** “En lo personal, no sé cuáles son esas reglas”.

Aquí se evidencia que los estudiantes carecen un poco de conocimiento en cuanto a las normas comunitarias y de políticas de contenido que maneja Instagram, no tienen del todo claro como es el funcionamiento de las políticas de contenido.

Otro aspecto importante a destacar en el grupo focal, es de la calidad del contenido que comparten o consumen los jóvenes, a lo que estos llegaron a la conclusión de que más que todo el contenido que consumen si es de calidad y puede resultar creativo, en algunos casos hasta pueden llegar a inspirarlos.

**Estudiante 9:** “Principalmente el contenido que consumo es creativo. Son fanarts, ediciones o diseños”.

**Estudiante 7:** “Yo sigo a deportistas, me aportan para aprender más sobre las jugadas y demás”.

**Estudiante 8:** “Sigo cuentas de artistas y de fotógrafos, su contenido es muy bueno y creativo”.

Ciertamente los estudiantes enfatizaron que el contenido que consumen en su mayoría es de calidad o es creativo, dejándoles inspiración o ganas de querer aprender a hacer lo que ven en esas publicaciones.

Otro tema que fue debatido con los estudiantes en el grupo focal y que se consideró relevante para destacar, fue conocer si en la red social se había establecido inconscientemente en

las personas un estándar de belleza, donde la belleza debe ser resaltada lo más posible en las personas.

**Estudiante 2:** “Para mí sí, porque con la implementación de los filtros de Instagram todas las personas se toman fotos y se ven bien”

**Estudiante 4:** “Los filtros te hacen ver más guapo”

**Estudiante 1:** “El que es bonito no come de eso”.

Se retomó nuevamente la pregunta con un distinto enfoque, recalcando si los denominados “Influencers de belleza” en los que la mayoría son hombres y mujeres modelos, teniendo en cuenta esto ¿Creen ustedes que este es el modelo de belleza perfecto o lo que Instagram quiere vender?

**Estudiante 4:** “Lo que vende”

**Estudiante 8:** “Instagram ha creado estereotipos de belleza”

Los estudiantes en su gran mayoría pudieron identificar los distintos estereotipos de belleza que esta red social han creado y de alguna manera se han sentido afectados en estos, ya que de cierto modo tienen miedo a mostrarse si no es con un filtro que te haga ver estéticamente más atractivo, y que son capaz de hacer cualquier cosa para verse mejor y similares a los distintos tipos de influenciadores top en belleza.

Entrando en la fase final de la conversación, se dio paso a las últimas preguntas, con énfasis a las redes sociales y las TIC. Queriendo conocer si desde la perspectiva de los estudiantes estas tecnologías han cambiado el mundo, ya sea para bien o para mal.

**Estudiante 2:** “Para bien obviamente, pero también todas tienen sus cosas negativas. Porque las personas están todo el tiempo en las redes sociales, y pueden hacer muchas cosas más como, por ejemplo, practicar algún deporte, todo ese tipo de cosas”

**Estudiante 4:** “La gente está informada de lo que quiere y constantemente hay muchos más descubrimientos”

Se planteó la misma pregunta, pero con un enfoque un poco distinto, lo cual el tema para debatir fue ¿las redes sociales han cambiado la forma en que las personas ven el mundo hoy en día?”

**Estudiante 4:** “Si ha cambiado porque las personas ahora ven más la realidad”

**Estudiante 2:** “La gente ya no se deja meter los dedos en la boca, ya que tienen más información de las noticias”

**Estudiante 4:** “Los medios de este país y sus noticias son muy amarillistas y parcializadas, y ahora con las redes sociales nosotros podemos estar informados desde la realidad del acontecimiento”.

**Estudiante 7:** “Las redes sociales han evidenciado a esas personas que están haciendo distintas cosas positivas en el mundo y gracias a ellos han cambiado la forma de ver de las personas”

**Estudiante 5:** “Yo creo que sí, porque estamos informados en todo momento, estamos viendo las noticias y de alguna manera nos sensibiliza, eso nos cambia la manera de pensar”.

**Estudiante 8:** “Yo pienso que las redes sociales han cambiado el mundo para mal, pues han creado muchos estereotipos y de alguna manera maquillan mucho las cosas de la realidad, porque las personas creen que lo que están viendo en realidad es así”.

La mayoría de los estudiantes pudieron estar de acuerdo en que la llegada de las redes sociales y las tecnologías de la información y comunicación han cambiado el mundo para bien e incluso han llegado a resaltar ciertas problemáticas que existen con el tema del manejo de la información de las grandes industrias de medios como los canales de televisión, entre otros. Y las redes sociales al ser plataformas “libres” en información, esto los ha ayudado a ver las realidades de las situaciones que ocurren en el mundo, logrando así que logren interpretar la información desde una mirada objetiva.

Para finalizar, se presentó la última pregunta a los estudiantes, la cual se divide en dos sub-preguntas por dos enfoques, las personas que consumen contenido en la red social y las personas que crean contenido.

La primera pregunta fue para las personas que consumen contenido en la red social, la cual es la siguiente: ¿A la hora de consumir contenido en Instagram, tienen en cuenta la parte estética de dicha publicación, ya sea foto o vídeo?

**Estudiante 4:** “Más que todo lo que hago es que las detallo”

**Estudiante 7:** “También depende del tipo de contenido de la persona, si la hace real o quiere hacer algo bien producido”

Luego de estas respuestas la conversación partió con base a la otra pregunta, la cual es: ¿Las personas que crean contenido en esta red social, tienen en cuenta la parte estética?

**Estudiante 2:** “Uno quiere que eso que crea en la red social se vea más profesional, porque ahí está tu imagen, y eso habla mucho de ti”

**Estudiante 8:** “Si, uno tiene en cuenta varios aspectos como el enfoque, la calidad, los colores a la hora de hacer algo en la red social”

**Estudiante 1:** “Yo igual tengo esos aspectos en cuenta, pienso que la presentación es importante a la hora de llegarle a las personas con el contenido”

**Estudiante 5:** “Si lo tengo en cuenta, ya que es importante a la hora de llamar público”

La gran mayoría de estudiantes que participaron en el grupo focal sí tienen conocimientos básicos y son conscientes de la importancia de tener aspectos técnicos y estéticos en el contenido que crean en la red social, por la importancia que puede tener este a la hora de que lo vean sus seguidores.

### **Discusión de resultados**

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en torno al uso de Instagram por parte de los estudiantes de once grado del Liceo Mixto San José, su percepción y competencias que poseen a la hora de navegar en redes sociales es importante destacar las siguientes reflexiones que surgieron a partir del análisis de los resultados, desarrollado a partir de la contrastación entre los hallazgos principales del grupo focal y lo expuesto por los autores consultados para sustentar este estudio.

Ciertamente el uso que los jóvenes hacen de la red social Instagram va enfocado a los gustos y preferencias de cada uno, esto se pudo evidenciar en lo que manifestaron mientras se llevó a cabo el grupo focal. Asimismo, es importante resaltar que de acuerdo a lo que profesa la



teoría de usos y gratificaciones, estos, con el uso que hacen de esta red social ciertamente pueden satisfacer necesidades de ocio, entretenimiento, información, relacionamiento social, reconocimiento, entre otros.

De esta manera se evidencia lo que manifiestan Katz, Blumler y Gurevitch (citados en Martínez, 2010), con la teoría de usos y gratificaciones desarrollada durante la década de los 60, que aún puede aplicarse en las dinámicas de un mundo digital e interconectado como plantea Martínez (2010), donde los usuarios buscan que el uso de alguna de estas plataformas les sirva para generar alguna satisfacción en específico.

Respecto a la percepción que los estudiantes tienen sobre las redes sociales e Instagram específicamente, es necesario mencionar que se corrobora lo relativo a las hipermediaciones que “se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008, p. 113); lo cual lleva a que varios usuarios intercambien ideas, culturas y percepciones del mundo en las plataformas digitales, en este caso, la red social Instagram. Sin embargo, hay que mencionar que el uso de dicha plataforma varía de acuerdo a cómo los usuarios o en este caso los estudiantes ven a la red social, ya que son conscientes que puede ser usada tanto para el bien como para el mal.

Si bien es cierto que dentro de Instagram o las redes sociales se da ese intercambio simbólico, según los resultados del presente estudio, se debe dejar claro que el uso que se haga de esta red va a depender de cómo los usuarios perciban dicha plataforma, y eso determinará las dinámicas sociales que ellos gestan dentro de la misma plataforma digital.

En cuanto a la competencia mediática planteada por Ferrés y Piscitelli (2012) se detectó que se deben tomar en cuenta sus distintas dimensiones y la capacidad que adquieren los sujetos

para la comprensión de las diferentes dinámicas que se dan en los distintos medios, en este caso, la plataforma de Instagram.

Los autores antes mencionados agrupan esta competencia en seis dimensiones, como lo son: lenguajes, tecnología, interacción, producción y difusión, ideología y valores, estética. Para efectos de este estudio se seleccionaron tres de estas dimensiones: Tecnología, interacción y estética en sus ámbitos de análisis y expresión.

Los resultados del grupo focal, permitieron determinar que los estudiantes tienen ciertas competencias en el ámbito estético a la hora de consumir contenido digital en Instagram: tienen en cuenta características como calidad de información, imagen y edición de contenidos, además reconocen cuando un contenido tiene carencia de estética y cuando tiene calidad.

En el ámbito de la interacción se resaltó la facilidad que esta red social tiene para conectar a muchas personas y así saber de su vida y demás información relevante, en este caso se evidencia ese conocimiento por parte de los estudiantes de las dinámicas de interacción que esta red social permite, ya sea con las personas que admiran, con sus familiares o amigos presentes en Instagram. Además, se destaca también su participación activa en Instagram a través de dispositivo móviles.

Desde el ámbito tecnológico se evidencia un bajo desarrollo respecto a lo planteado por Ferrés & Piscitelli (2012) debido a que los jóvenes estudiantes, aunque tienen cierto conocimiento de para qué sirve la red social Instagram y las dinámicas que allí se desglosan, manifestaron que no tienen conocimiento sobre las reglas de comportamiento en dicha plataforma para los usuarios, llegando hasta a decir que no tenían ni idea de la existencia de estas.

### Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede concluir que el uso que los estudiantes del Liceo Mixto San José hacen de Instagram se caracteriza por el consumo de contenido de entretenimiento, la creación de relaciones sociales con sus semejantes, búsqueda de un reconocimiento digital y con la finalidad de estar informados

Asimismo, se identificaron los diferentes tipos de contenido, funciones, frecuencia e intencionalidad con que jóvenes utilizan la mencionada red social, destacando que el contenido “estrella” (que más consumen) va enfocado hacia el ocio o entretenimiento, entre los cuales destacan: memes, videos de humor y artistas musicales, entre otros. Además, se evidenció que el contenido por excelencia que ellos comparten son selfies o fotografías; si bien, se mencionó que en ciertas ocasiones se consume un contenido informativo, el que mayor relevancia fue el de entretenimiento.

En cuanto a las funciones de Instagram que más utilizan los estudiantes, destacaron las Historias (Stories) y el Explorador, sin embargo, la más usada es la de Stories, ya que se mencionó la facilidad para compartir cualquier tipo de contenido gracias a esta función. Otro aspecto importante fue el de la frecuencia con que los jóvenes compartían contenido e ingresaban a la plataforma, observando que comparten contenido de acuerdo a los intereses de cada uno, cuya frecuencia varía desde una vez por semana o en ocasiones adicionales, si ocurría algo interesante. En cuanto al ingreso o uso de la red social, se logró identificar que es muy constante, llegando a ingresar prácticamente todos los días.

Respecto a la percepción que tiene los estudiantes de once grado del colegio Liceo Mixto San José en Soledad, Atlántico, se pudo conocer que, para ellos, Instagram es una red social buena y tiene diversos usos, sin embargo, no desconocen que de acuerdo con los usos que se le

atribuya a esta, puede variar la percepción que se tenga, ya que todo depende de quienes se encuentren en esta plataforma digital y de lo que allí compartan.

Por otro lado, también se identificaron las diferentes dimensiones de la competencia mediática que poseen estos jóvenes para la producción y consumo de contenido en la red social Instagram, al respecto las opiniones se dividían en dos, donde un grupo no era muy constante a la hora de publicar contenido, pero si consumía el contenido de otros usuarios, mientras que otro grupo destacó que si comparten contenido y que tienen muy en cuenta aspectos técnicos y estéticos a la hora de difundir sus publicaciones en esta red social.

Otro de los hallazgos importantes es que los estudiantes poseen cierto grado de desarrollo de la competencia mediática a la hora de compartir y consumir contenido, en este caso, cuando se trata de consumir contenido, son muy detallistas con la calidad del contenido, ya sea una foto, video o diseño que otros usuarios comparten, mientras que los que crean contenido y publican, también son muy meticulosos con aspectos basados en la estética de las piezas audiovisuales que ponen a circular.

Gracias a que la difusión de Instagram es masiva e instantánea, esto les permite a los estudiantes del Liceo Mixto San José estar informados y enterados de la actualidad, ya sea a nivel informativo o de entretenimiento, destacando la interacción que se da en esta plataforma con usuarios semejantes y el intercambio de información a través de ella.

### **Recomendaciones**

#### *Al Ministerio TIC:*

Generar financiación con el fin de crear y desarrollar estrategias para que los jóvenes estudiantes/adolescentes fortalezcan el uso de la red social Instagram y las competencias digitales que actualmente son necesarias con fines de educar a esta población en temas como:

- A.** Alfabetización digital
- B.** Comercio electrónico
- C.** Portafolio profesional en redes sociales
- D.** Gestión y producción de contenidos digitales entre otros temas importantes y pertinentes para abordar.

#### *A la Alcaldía de Barranquilla y la Gobernación del Atlántico con ayuda del Ministerio TIC:*

Desarrollar campañas de alfabetización mediática con los temas a tratar mencionados con anterioridad a un grupo selecto de colegios distritales del atlántico, con la finalidad de que los estudiantes puedan generar competencias digitales con el fin de potenciar estos conocimientos y usarlos de manera efectiva en su vida.

#### *Al colegio Liceo Mixto San José de soledad-Atlántico:*

Implementar estrategias para sus futuros estudiantes con ayuda de MinTIC y la Gobernación del Atlántico, teniendo en cuenta que la investigación se llevó a cabo con su población estudiantil, con la finalidad de mejorar las competencias digitales de sus estudiantes.

### Referencias

- Abellán Hernández, M. y de Miguel Zamora, M. (2016): Narrativa transmedia: resignificando el consumo mediático. Presentación, Icono 14, volumen (14), pp. 1-7.  
doi:10.7195/ri14.v13i1.947
- Ander-Egg, E. (2011). Aprender a investigar: nociones básicas para la investigación social. Editorial Brujas. Recuperado de: <https://bit.ly/38eY5S3>
- Azcona, M., Manzini, F. A., & Dorati, J. (2013). Precisiones metodológicas sobre la unidad de análisis y la unidad de observación. In IV Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de La Plata (La Plata, Argentina, 2013). Recuperado de: <https://bit.ly/3c94yz0>
- Ballesta Pagán, F. J., Lozano Martínez, J., Cerezo Máiquez, M. C., & Soriano Ayala, E. (2016). Internet, redes sociales y adolescencia: un estudio en centros de educación secundaria de la región de Murcia. Revista Fuentes, (16), 109–130. Recuperado de: <https://bit.ly/3bcwJ0A>
- Bernal y Ángulo (2013). Internet, redes sociales y adolescencia: un estudio en centros de educación secundaria de la región de Murcia. Recuperado de: <https://bit.ly/3hd5qa0>
- Bonilla-Jiménez, F. I., & Escobar, J. (2017). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. Recuperado de: <https://bit.ly/3c47b5t>
- Cabero, J., & Marín, V. (2014). Posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios. Comunicar. XXI (42), 165 – 172.  
<https://doi.org/10.3916/C42-2014-16>
- Comscore, (2011). El Crecimiento de Redes Sociales en América Latina. Recuperado de: <https://bit.ly/3ry60ln>

Cotterell, J., & Cotterell, J. (2007). *Social networks in youth and adolescence* (Vol. 1). London:

Routledge. Recuperado de: <https://bit.ly/3tArMop>

Del Barrio Fernández, Á., & Fernández, I. R. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 3(1), 571-576.

<http://dx.doi.org/10.17060/ijodaep.2014.n1.v3.537>

Durand, J. (2000). Origen es destino. Redes sociales, desarrollo histórico y escenarios contemporáneos. *Migración México-Estados Unidos: Opciones de política*, 249-262.

Recuperado de: <https://bit.ly/30gLZDI>

Espinel, G., Hernández, C. y Rojas, J. (2020). Usos, apropiaciones y prácticas comunicativas de los usuarios adolescentes de Facebook. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 15(1), 280 –

296. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n1.6316>

Estrella, F. (2009). Las redes sociales y Facebook. *Creación y Producción en Diseño y*

*Comunicación*, 59. Recuperado de: <https://bit.ly/3kN0wAx>

Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 19(38), 75-82. Recuperado de:

<https://bit.ly/3rke34U>

Fonseca, O. (2015). *Redes sociales y juventud; uso de en Facebook por jóvenes de México,*

*Argentina y Colombia [Tesis doctoral]. Universidad de Málaga, España.* Recuperado de:

<https://bit.ly/3sWCmGm>

Flores Vivar, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 17(33). Recuperado de: <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-007>

- García-Galera, M., & del-Hoyo-Hurtado, M., & Fernández-Muñoz, C. (2014). Jóvenes comprometidos en la Red: El papel de las redes sociales en la participación social activa. *Comunicar*, XXI (43), 35-43. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-03>
- García Jiménez, A., López de Ayala López, M., García, B. (2013). Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*. Recuperado de: <https://bit.ly/3qjuLjB>
- Greenhow, C. (2011). Online social networks and learning. *On the horizon*. Recuperado de: <https://bit.ly/33oRqCd>
- Habermas, J. (1986). Conocimientos e interés en ciencia y técnica como ideología. Madrid: Tecnos.
- Hernández, M. A., & de Miguel Zamora, M. (2016). Narrativa transmedia: resignificando el consumo mediático. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 14(1), 1-7. Recuperado de: <https://bit.ly/3rnuq0y>
- Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., & Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. *Editorial McGraw Hill*. Recuperado de: <https://bit.ly/3qkPcwK>
- Instagram. (2020). Nuestras Funciones. Instagram.com. Recuperado de: <https://bit.ly/3sBx838>
- Instagram. (2020). Servicio de ayuda. Instagram.com. Recuperado de: <https://bit.ly/3w75Eoi>
- Latorre, M. (2018). Historia de las web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. *Universidad Marcelino Champagnat. Perú*. Recuperado de: <https://bit.ly/3rmWVvx>
- Llano, J. C. M. (2013). La guía del Community Manager. Estrategia, táctica y herramientas. Anaya Multimedia.



- L. Elías Arab, G. Alejandra Díaz. (2015) Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos, por Revista Médica Clínica Las Condes Enero-febrero 2015. Recuperado de: <https://bit.ly/33c67IB>
- Linne, J. (2014). Common uses of Facebook among adolescents from different social sectors in Buenos Aires city. [Usos comunes de Facebook en adolescentes de distintos sectores sociales en la ciudad de Buenos Aires]. *Comunicar*, 43, 189-197.  
<https://doi.org/10.3916/C43-2014-19>
- López, B. M. (1993). El estado actual de la Sociología de la Cultura y de la Comunicación de masas en los Estados Unidos. *Ensayos: Revista de la Facultad de Educación de Albacete*, (8), 95-110. Recuperado de: <https://bit.ly/2MOhS3g>
- López Ponce, M., & Arcila Calderón, C. (2016). Adopción y uso de medios sociales por jóvenes de la Costa Caribe de Colombia. *Investigación & Desarrollo*, 24 (2), 285-306. *Revista Científica*. Recuperado de: <https://bit.ly/3qlfdvM>
- Lozares Colina, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers: revista de sociología*, (48), 103-126. Recuperado de: <https://bit.ly/30kzsPq>
- Marcelino Mercedes, G. V. (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración, *Icono 14*, volumen (13), pp. 48-72. doi: 10.7195/ri14.v13i2.821
- Marulanda, C. E., Giraldo, J., & López, M. (2014). Acceso y uso de las Tecnologías de la información y las Comunicaciones (TICs) en el aprendizaje: El Caso de los Jóvenes Preuniversitarios en Caldas, Colombia. *Formación universitaria*, 7(4), 47-56. Recuperado de: <https://bit.ly/2MQUETv>

Martín Rosell, M. (2015). Jóvenes y Redes Sociales. Tesis. Recuperado de:

<https://bit.ly/2PFKc9d>

Martínez, F. (2010). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. In *II*

*Congreso Internacional de Comunicación* (Vol. 3). Recuperado de:

<https://bit.ly/2OvbaQ4>

Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual). *Revista de investigación*

en psicología, 9(1), 123-146. Recuperado de: <https://bit.ly/3c7UPcf>

Maram, L. (2019, 10 septiembre). *Contenido de valor, definición y ejemplos*. Luis MARAM.

Recuperado de: <https://bit.ly/3eAt3bj>

Masip, P., Guallar, J., Suau, J., Ruiz-Caballero, C., & Peralta, M. (2015). Información de

actualidad y redes sociales: comportamiento de las audiencias. *El profesional de la*

*información*, 24(4), 363-370. Recuperado de: <https://bit.ly/3kNkBXe>

Mejía, J. (2020). Estadísticas de redes sociales 2020: Usuarios de Facebook, Instagram, Twitter,

TikTok y otros. Recuperado de: <https://bit.ly/2MOnGtA>

Morocho Sarchi, F. (2019). Instagram: usos y motivaciones de los jóvenes. [Trabajo fin de

grado]. Recuperado de: <https://bit.ly/3kN0Gbb>

Muñoz (2010). ¿De los "nuevos medios" a las "hipermediaciones"? *Revista Latinoamericana de*

*Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*. Recuperado de: <https://bit.ly/2OmSbay>

Olives Rosales, N. N. (2018-03). Análisis Comunicacional de la Red Social Instagram y su

Influencia en la Construcción de Identidad Cultural en jóvenes de 18 a 25 años de la

Cdla. Abel Gilbert. Tesis. Recuperado de: <https://bit.ly/3qpzDDH>

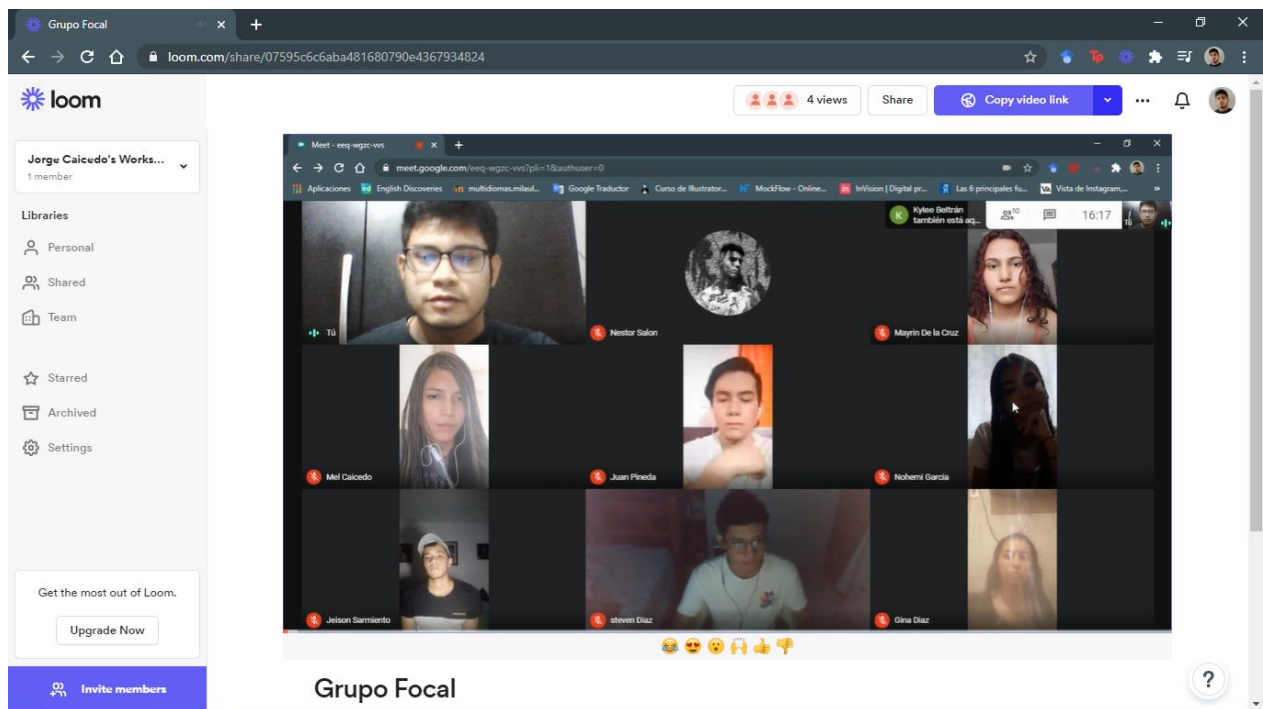
Oropesa, M. P., & Sánchez, X. C. (2016). Motivaciones sociales y psicológicas para usar

Instagram. *Communication Papers*, 5(9), 27-36. Recuperado de: <https://bit.ly/3sUok8s>

- Otero, T. P., & Sánchez, C. C. (2012). Ciberactivismo y redes sociales. El uso de Facebook por uno de los colectivos impulsores de la 'spanish revolution', Democracia Real Ya (DRY). *Observatorio (OBS\*)*, 6(3). Recuperado de: <https://bit.ly/3crTzAZ>
- Paredes, H. A., Aguirre, J. I. P., Vitaliti, J. M., Strafile, S., Jara, C., & Sottile, C. (2015). Redes personales digitales y contexto escolar: Estudio en un grupo de adolescentes de Mendoza (Argentina). Recuperado de: <https://bit.ly/2SDb7E8>
- Pérez Sinusía, M., & Cassany Comas, D. (2018). Escribir y compartir: prácticas escritas e identidad de los adolescentes en instagram. *Aula De Encuentro*, 20(2).  
<https://doi.org/10.17561/ae.v20i2.5>
- Renau Ruiz, V., Oberst, U., & Carbonell-Sánchez, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *Anuario de psicología*, 43(2). Recuperado de: <https://bit.ly/3c3Slvz>
- Rodríguez, A.; García, E.; Ibáñez, R.; González, J. y Heine, J. (2009). Las TIC en la educación superior: estudio de los factores intervinientes en la adopción de un LMS por docentes innovadores. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa - RELATEC*, 8 (1), 35-51. Recuperado de: <https://bit.ly/3dnsUGe>
- Ross Munguía, P., & Siguenza Mojica, S. (2010). Las redes sociales: la problemática familiar. *Buenas Tareas*. Recuperado de: <https://bit.ly/3qiRwEb>
- Russo, A. (2017). Las 6 principales funciones de Instagram y cómo usarlas de forma profesional. Recuperado de: <https://bit.ly/3ebQyYb>

- Sabando Díaz, D. C. (2017). Análisis de los estereotipos comunicacionales del selfie en la red social Instagram en las jóvenes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. *Tesis*. Recuperado de: <https://bit.ly/38cuFEa>
- Salazar, J. (2019, 7 de agosto). Proyecto de Ley No. 176. Por medio del cual se regulan las políticas de uso y apropiación de las redes sociales y se dictan otras disposiciones generales [2019-08-20] (Iniciativa en Comisiones). Recuperado de: <https://bit.ly/3dc8LCM>
- Sierra Bravo, R. Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios. Madrid. Ed. Paraninfo. 1992.
- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Editorial Gedisa. Recuperado de: <https://bit.ly/3ejFdp7>
- Torres, M., Iglesias Dosil, M. (2011). Facebook: interacción juvenil en el espacio virtual. Ser visible, estar en el muro. *Question/Cuestión*, 1(29). Recuperado de: <https://bit.ly/2PEDaS8>
- Unesco (2014). Enfoques estratégicos sobre las TICs en educación en América Latina y el Caribe. Recuperado de: <https://bit.ly/3wcyxiQ>
- VGS Tecnologías Web. (2020, 7 mayo). *¿Qué es un contenido de calidad? ¿Por fin puedes tenerlo claro!* VGS. Recuperado de: <https://bit.ly/3lmi2vO>

## Anexos



### Anexo #1.

Captura de pantalla del grupo focal llevado a cabo con los estudiantes de once grado del Liceo Mixto San José. (Plataforma Loom, Grabador de pantalla)

**Anexo #2****Formato de consentimiento informado**

Barranquilla, Julio 28 de 2020

Estimado padre de familia de la Básica Secundaria de la Institución educativa Liceo Mixto San José.

La presente es para solicitarle la autorización para que su hijo/a o acudido/a participe en la aplicación de un grupo focal que forma parte de un trabajo de grado, cuyo objetivo es “Caracterizar el uso que los jóvenes de 11° hacen de la red social Instagram y de esta forma conocer las dinámicas que se generan en esta plataforma digital por parte de los estudiantes”.

El grupo focal se llevará a cabo por medio de una plataforma de reunión virtual (Zoom, Microsoft Teams o Google Meet) debido a la emergencia sanitaria que afrontamos actualmente, y así, de esta manera, facilitar la conversación entre el equipo investigador y los estudiantes.

La información suministrada es de carácter confidencial, solo se usará con fines estrictamente investigativos, por tanto, agradecemos su colaboración y la autorización para que lo realice el/la estudiante.

Cabe resaltar que ya se cuenta con la autorización del rector del colegio Liceo Mixto San José, el señor German Guatecique y de la Universidad de la Costa CUC, para proceder con dicha investigación.

Yo \_\_\_\_\_, con c.c. # \_\_\_\_\_, acudiente del/la estudiante \_\_\_\_\_ del grado \_\_\_\_\_, autorizo para que le sea aplicado el Grupo Focal.

Atentamente,

Equipo investigador:

Jorge Caicedo  
C.C. 1.143.163.454

Nestor Salon  
C.C. 1.143.167.751

**Anexo #3****Temario**

Tipos de contenido

Funciones y Frecuencia

Intencionalidad

Percepción

Competencias mediáticas

**Preguntas para romper el hielo (Inicio de conversación)**

Nos gustaría que cada uno se presente comentando su nombre y su edad

¿Cómo es su relación con la tecnología?

¿Cuántas horas al día estás frente a cualquier dispositivo tecnológico?

¿Prefieren los dispositivos fijos (pc) o los dispositivos móviles (celulares, tablets)?

¿Cuándo estás en tu dispositivo móvil qué actividades realizas?

¿Tienen alguna red social preferida o les gustan todas por igual?

¿Cuál es esa red social preferida?

¿Por qué les gusta esa red social?

**Uso de Instagram:**

¿Con qué frecuencia usan la red social Instagram?

¿Cada cuánto publican contenido en esta red social?

¿Con qué intención publican contenido en Instagram?

¿Cuál o cuáles son las funciones que más usan de la red social Instagram? (**lives, postear imágenes, vídeos, stories, chats, etc.**)

¿Con qué finalidad hacen uso de estas funciones que ofrece esta red social?

¿Qué tipos de contenidos comparten y consumen frecuentemente? (**Comedia, arte, noticias, influencers**).

¿Con qué intención consumen y comparten este tipo de contenido? (**Informarse, entretenerse, etc.**)

¿Cuál crees que ha sido el beneficio que les ha dejado el usar esta red social?

**Percepción:**

¿Qué les parece la red social Instagram?

¿Consideras que Instagram es una red social positiva o es negativa, por qué?

¿Qué ventaja o desventaja creen que tiene Instagram?

¿Creen que Instagram es la red social más usada actualmente por los jóvenes, por qué?

**Competencias mediáticas:**

¿A la hora de leer una noticia o ver una publicación en Instagram tienen en cuenta el contexto?

¿Cómo y por qué eliges a quién seguir en redes sociales y consumir su contenido?

¿Tienes en cuenta que el tipo de contenido y la forma en que te expresas en Instagram vayan acorde a las normas legales de comportamiento en dicha red social?

¿Creen que comparten contenido de buena calidad o creativo en Instagram? ¿Por qué?

¿Crees que en las redes sociales se genera un estándar de belleza? ¿Por qué?

¿Crees que las nuevas tecnologías (redes sociales) han cambiado la manera ver el mundo? ¿Por qué?

¿Tienen en cuenta la parte estética y técnica a la hora de publicar contenido en Instagram? ¿Por qué?